

COOPERACIÓN Y COMPETENCIA EN TERRITORIOS PERIFÉRICOS: ALGUNAS LECCIONES DEL CASO ARGENTINO

VIEGO, Valentina
Departamento de Economía
Universidad Nacional del Sur
correo-e: vviego@criba.edu.ar

Versión preliminar

RESUMEN

La interacción virtuosa entre cooperación y competencia ha sido destacada en la literatura reciente sobre desarrollo localizado. Esencialmente, la colaboración permite superar obstáculos (tecnológicos, logísticos, de escala, etc.) que individualmente las firmas no son capaces de vencer mientras que la competencia introduce el estímulo necesario para que las empresas se vean impulsadas a innovar en forma continua. La literatura sobre las experiencias que exhiben dicha combinación en las regiones desarrolladas o de industrialización reciente destaca su rol impulsor en los procesos de desarrollo local. Sin embargo, al pasar a ámbitos de menor desarrollo industrial, los resultados son menos contundentes. Las razones se basan en dos factores: por un lado, la mayor debilidad de los lazos entre empresas y, por ende, el escaso impacto que las conductas colectivas tienen sobre el desempeño de los aparatos productivos. Por otro lado, aún cuando la cooperación alcanza cierta magnitud entre las firmas, presenta algunas peculiaridades que afectan, a su vez, a su capacidad de contribuir al despegue de un territorio. En este trabajo se ofrece un estudio de caso de una región de tamaño intermedio de Argentina donde ambos elementos (debilidad más especificidad) se hacen presentes. El aporte aquí consiste en ofrecer algunas explicaciones microeconómicas útiles para comprender la ausencia y/o debilidad de conductas colectivas en territorios económicamente rezagados.

Palabras clave: cooperación, competencia, innovación, desarrollo local

1. Introducción

El interés por la problemática del desarrollo regional se vio renovado a mediados de los 70 con la aparición de experiencias exitosas de “despegue”, que permitían vislumbrar la reversión de ciertas trayectorias de escasa acumulación y crecimiento de sus economías. En el análisis de estos casos se destacaba, entre otros aspectos, la observación de tres fenómenos distintivos. En primer lugar, la consolidación de los “distritos industriales” en el NE de Italia (especialmente, en Emilia Romagna), sugería la posibilidad de que la economía local creciera en base a un conjunto de pequeñas empresas manufactureras de carácter artesanal. En segundo lugar, la aparición en el SO de Estados Unidos (Silicon Valley y Ruta 128) y en algunas plantas japonesas (Toyota) de un conjunto de emprendimientos esencialmente innovadores con significativo impacto tecnológico sobre otros sectores. Tercero, tanto en la Tercera Italia, como en los casos registrados en Estados Unidos y Japón, se constató un fuerte apoyo en relaciones de colaboración entre empresas y entre éstas y algunas organizaciones intermedias (cámaras, centros de I&D, etc.). Esta transición reorientó los ejes analíticos hacia elementos esencialmente microeconómicos, que permitieran comprender entonces las ventajas y desventajas de la producción en pequeña escala, los mecanismos de la innovación y los incentivos para cooperar e innovar en las firmas.

El eje causal que vincula a estos tres elementos sería el siguiente; la necesidad de innovar por parte de las firmas¹ puede ser atendida en las grandes empresas internamente, a través de laboratorios de I&D. Las pequeñas, por su parte, pueden superar este obstáculo mediante el establecimiento de lazos de colaboración. En los 80, el escenario internacional se vio gradualmente modificado; la innovación dejó de ser casi la única estrategia para mejorar la competitividad y asegurar la rentabilidad. La consecución de mayores escalas (mediante la conquista de nuevos mercados, más distantes) se convirtió en otro mecanismo de sostenimiento de las ganancias². Así, la cooperación inter-firma se ha convertido, especialmente para las empresas de menor dimensión, en la herramienta para conseguir no sólo mejoras tecnológicas sino también nuevos y más alejados clientes.

¹ Como estrategia para evitar una caída de la rentabilidad derivada de niveles crecientes de saturación de la demanda agregada. Esto se acentuó hacia fines de los 60, período en que quedan al desnudo las limitaciones de la producción en serie para introducir innovaciones de producto. Sin embargo, este síntoma ha venido repitiéndose sobre la base de dos factores: a) la constatación de ciclos de vida cada vez más cortos de los productos, especialmente los vinculados al consumo de información, de imagen y de movilidad (computadoras, *software*, video, cámaras, reproductoras, automóviles, etc.) y b) la creciente concentración de empresas, lo cual desencadena periódicamente oleadas de nuevos productos con el objeto de conservar poder de mercado, aumentando consecuentemente el grado de rivalidad.

² Algunos autores resumen este proceso en el término “globalización” o mundialización.

En este marco general se señalan algunas particularidades destacadas en la literatura (Schmitz, 1996; 1999; Rabellotti, 1999). Por un lado, la interacción virtuosa entre cooperación y competencia (de aquí en más, C&C). Esencialmente, la colaboración permite superar obstáculos (tecnológicos, logísticos, de escala, etc.) que individualmente las firmas no son capaces de vencer, mientras que la competencia introduce el estímulo necesario para que las empresas se vean impulsadas a innovar en forma continua. Por otro lado, las experiencias difundidas que exhiben dicha combinación en las regiones desarrolladas o de industrialización reciente destacan su rol impulsor en los procesos de desarrollo local. De modo que la colaboración no sólo tiene impactos a nivel microeconómico sino también en un plano de mayor agregación.

Sin embargo, al pasar a ámbitos de menor desarrollo industrial, los resultados son menos contundentes, tanto en términos del desempeño empresarial como de la trayectoria de desarrollo de las regiones. Suelen señalarse dos factores que intentan una explicación³: por un lado, la mayor debilidad de los lazos entre empresas y, por ende, el escaso impacto que las conductas colectivas tienen sobre el desempeño de los aparatos productivos. Por otro lado, aún cuando la cooperación alcanza cierta magnitud entre las firmas, presenta algunas peculiaridades que afectan, a su vez, a su capacidad de contribuir al despegue de un territorio. Sin embargo, más allá de este diagnóstico general, hasta el momento no se han expuesto en detalle en los fundamentos microeconómicos de este panorama de escasa cooperación y de subdesarrollo.

En este trabajo se ofrece un estudio de caso de una región de tamaño intermedio de Argentina donde ambos elementos (debilidad más especificidad) se hacen presentes. El aporte aquí consiste en ofrecer algunas explicaciones microeconómicas útiles para identificar los factores que explican, a su vez, la ausencia y/o debilidad de conductas colectivas en territorios económicamente rezagados. La presentación se organiza del siguiente modo: en la sección siguiente se exponen las hipótesis principales acerca de los beneficios de la colaboración entre firmas. Ello sección sirve a los efectos de resumir muy sucintamente las principales hipótesis para la discusión posterior. En el apartado 3 se sintetiza la evidencia empírica sobre la cooperación entre empresas, sus diversas formas y manifestaciones y las especificidades de las regiones periféricas en este aspecto. Los objetivos de dicha sección son, por un lado,

³ Estos elementos bien podrían ser presentados como la contracara de las experiencias exitosas, lo cual no es suficiente para testear que el relativamente buen desempeño empresarial y regional de las zonas de industrialización reciente se debe al establecimiento de acciones conjuntas por parte de los agentes económicos. En otras palabras, observar que en otras áreas, de escaso dinamismo económico, las empresas actúan además en condiciones de mayor aislamiento y menor interacción entre sí no prueba una relación de causalidad sino, a lo sumo, de correlación.

recordar los matices que presentan los territorios económicamente atrasados en materia de conductas colectivas por parte de los agentes y, por otro, identificar las conexiones entre los tipos de cooperación (vertical, horizontal) y sus diversos objetivos (innovación, escala, etc.). En la sección 4 se ofrece un estudio de caso, a través del cual se buscan identificar posibles explicaciones microeconómicas de la ausencia, debilidad y especificidad que asume la cooperación inter-firma en ámbitos subdesarrollados. La última sección organiza las reflexiones finales.

2. Clusters, cooperación y redes: principales hipótesis

Suelen atribuirse dos tipos de beneficios a la cooperación entre firmas: a) conseguir economías de escala mediante la conquista de nuevos mercados geográficos, b) mejorar la competitividad y la reforzar la posición de mercado mediante la innovación (IDS, 1997). Estas metas (escala, innovación) pueden ser alcanzadas con relativa facilidad por las grandes organizaciones, que cuentan con suficientes recursos (financieros, humanos, organizacionales) para instrumentar acciones de I&D y penetración de mercado. En estos casos, la cooperación (vía redes o *joint ventures*) suele fortalecer las ventajas endógenas de las firmas, aunque difícilmente pone en peligro la consecución de las metas (en otras palabras, no parece ser un elemento crítico).

Las pequeñas empresas tienen, en cambio, dificultades que, de no apelar a la colaboración con otras firmas, obstaculizarían su crecimiento o incluso su supervivencia, en un ambiente de gran rivalidad. Estas dificultades se reflejan en múltiples planos en la pequeña empresa: aprovisionamiento de materias primas e insumos (ausencia de proveedores locales o dificultades para contactar proveedores desde el exterior), financiamiento (barreras de acceso al crédito y mayores costos), tecnología de producción (métodos foráneos o elevados costos de puesta en marcha), distribución (ausencia de contactos con distribuidores o incapacidad para comercializar sus productos), etc. (OECD, 1993; IDS, *op cit*).

Algunos estudios (IDS, 1997) sostienen que estas barreras no se originan en el tamaño sino en las condiciones de aislamiento en que operan las pymes. De modo que la colaboración puede ser un elemento que atenúe o, incluso, elimine dichos obstáculos. Como las firmas que cooperan no alcanzan una mayor eficiencia en forma individual sino a través de la interacción con otras firmas, la cooperación es equiparada entonces con la “eficiencia colectiva” (Schmitz, 1997).

El problema metodológico de este planteo es que, a pesar de reconocer los obstáculos de las pymes para consolidarse en el mercado en relación a las grandes firmas, asume (al menos implícitamente) el mismo conjunto de objetivos (*i.e.* crecimiento, rentabilidad) en ambos tipos de organización. En el plano teórico, si las pymes se diferencian de las grandes empresas no sólo en el conjunto de herramientas microeconómicas no hay razón para descartar, al menos *a priori*, que las metas sean idénticas. Algunos autores han intervenido en el debate sobre los objetivos de las firmas y han observado que metas modestas de crecimiento (incluso de mera supervivencia) suelen estar asociadas a dimensiones pequeñas del negocio (Welsh y White, 1981; Gartner, 1988). Por ende, si la colaboración no contribuye al cumplimiento algunos de los objetivos del propietario de una pyme, difícilmente sea factible de ser considerada como estrategia empresarial.

Desde el punto de vista teórico, para que la cooperación se justifique especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas es necesario que converjan otros requisitos motivacionales que, en el plano empírico no han sido fuertemente sustentados. La problemática de la mayor parte de las pymes, especialmente en los ámbitos periféricos, no está enfocada en la expansión de sus mercados (al menos a escala internacional) o en una trayectoria tecnológica de frontera y, más aún, esta no suele ser la base de su supervivencia. La prevalencia de firmas pequeñas con conductas activas de búsqueda de nuevos mercados y productos es poco significativa para respaldar la implementación de políticas que faciliten la cooperación y suele ser ineficaz en sus intentos de aumentar esta proporción (es decir, para conseguir que empresarios conservadores vean en el asociativismo una herramienta útil para sus negocios). En consecuencia, la literatura que difunde las ventajas de la C&C como modo de facilitar la expansión y la innovación en las pymes parece necesitar todavía una mayor apoyatura en el plano teórico y abandonar su visión “posibilista” y “voluntarista” del desarrollo empresarial y local.

3. Evidencia empírica de colaboración inter-firma y sus matices en los PMD

Esta sección agrupa sintéticamente la evidencia empírica acerca de la colaboración entre firmas así como las diferencias entre PD y PMD en términos de:

* *tradición*. Invariablemente, los casos más consolidados de cooperación entre empresas se localizan en regiones con una historia manufacturera de relativa extensión temporal. Los

casos de cooperación en ámbitos emergentes desde el punto de vista económico se caracterizan por una mayor eventualidad y orientación de corto plazo (Mc Cormick, 1999).

* *rol del gobierno*. En los PD los clusters parecen haber surgido espontáneamente (Cawthorne, 1995; IDS, 1997), mientras que en los PMD parecen ser más un objetivo de política de los gobiernos locales y nacionales que un evento natural de ciertas actividades. Pero además, en estos últimos los resultados han sido menos contundentes (McCormick, *op cit*). Parece entonces que en los territorios económicamente exitosos o que han logrado salir de una situación de estancamiento durante un período de tiempo considerable la cooperación emerge voluntariamente y sin necesidad de estimulación por parte de las autoridades. El rol del Estado, entonces, se limita a acompañar y facilitar las interconexiones empresariales pero difícilmente pueda revertir, mediante políticas de fomento, una situación adversa a la colaboración inter-firma (véase la evaluación de Gelsing y Nielsen [1996] sobre la escasa efectividad de los programas públicos de fomento de redes entre pymes).

* *heterogeneidad*. Rabellotti y Schmitz (1997), entre otros, registran una elevada variación en los modos de articulación entre las firmas desde un territorio a otro. La heterogeneidad es mayor en los PMD, especialmente en lo referido al desempeño de las firmas que participan de las redes (Nadvi y Schmitz, 1994; McCormick, 1999; Schmitz, 1998). La diversidad de situaciones ha sido utilizada para eludir la identificación de patrones y, por lo tanto, ha demorado afirmaciones categóricas acerca de la relación entre cooperación y eficiencia (vía mayor escala) y cooperación e innovación. La literatura ha preferido plantear relaciones positivas entre estos conceptos pero evitando ofrecer explicaciones causales. Esto parece debilitar la apoyatura teórica de este enfoque.

A pesar de que la literatura se rehúsa a presentar patrones y más allá de las innegables diferencias en los clusters entre PD y PMD, es posible distinguir algunas regularidades: a) la cooperación focalizada en la innovación de producto parece ser esencialmente vertical (Hagedoorn, 1990; 1996; Schmitz, 1998; Weiler *et al*, 1999; Sanz-Menendez *et al*, 1999; Zilbovicius *et al*, 2002); b) la cooperación horizontal (C&C) suele ocurrir en emprendimientos de exportación (Cassiman y Veugelers, 2002; Quintana y Benavides, 2003; Bayona *et al*, 2003), lo cual atenúa el efecto dinámico de la rivalidad y la hace menos conflictiva y más sustentable. Además, esta forma de colaboración entre empresas es menos frecuente o más problemática de instrumentar en PMD (véase el caso del Valle del Sinos en Meyer-Stamer, 1998; Schmitz 1998 o el sector maderero en Chile reportado por Messner, 1993).

Por último, se debe notar que a pesar de haber relevado varios estudios sobre el funcionamiento de *clusters* y redes de firmas en países subdesarrollados, donde la cooperación es incipiente y, frecuentemente estimulada por el Estado, este no es un resultado generalizado en este tipo de ámbitos. Por el contrario, las conductas colectivas son atípicas, de modo que los estudios empíricos solo representan casos excepcionales (Kantis, 1996; Yoguel, 1996; Puppo y Bezchinsky, 2002). Las explicaciones del estancamiento y atraso en la periferia basadas en esta literatura apuntan a la ausencia de cooperación entre empresas y entre éstas y las organizaciones intermedias debido a cuestiones culturales e históricas (e.g. débiles lazos de confianza según Kantis [*op cit*], entre otros). Sin embargo, se ha prestado escasa atención a elementos de la propia esfera microeconómica. En la sección siguiente se presenta un estudio de caso que intenta identificar factores microeconómicos que subyacen a la escasa colaboración observada en el aparato productivo de los PMD.

4. Estudio de caso: el sector manufacturero de Bahía Blanca (Argentina)

A continuación se presenta un estudio de caso basado en el sector manufacturero asentado en Bahía Blanca (Argentina). La sección se compone de dos partes; por un lado, una síntesis de los principales rasgos del aparato productivo local, en términos de su origen, evolución y estado actual. Esto sirve a los fines de ofrecer una contextualización del análisis. Por otro, se presentan los resultados de un trabajo de campo realizado en 2000 para una muestra de empresas manufactureras y de servicios a la producción de origen local. Como las principales ventajas de los agrupamientos (*clusters*) y de la cooperación se visualizarían en las pymes, la muestra se restringe a este tipo de firmas. Uno de los objetivos de esta segunda parte es identificar aquellos factores microeconómicos que explican las conductas individualistas típicas de las pequeñas empresas en la periferia⁴.

Bahía Blanca se localiza al sur de la provincia de Buenos Aires y es la tercer ciudad bonaerense más grande en términos poblacionales, excluyendo los 24 distritos del Conurbano. En el ranking de aglomerados urbanos del país (cercano al medio millar), se ubica entre las 30 ciudades de mayor tamaño poblacional y ocupa el décimo quinto lugar si se excluyen la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano⁵. Bahía Blanca representa, además, el principal distrito en términos de población y actividad económica entre 18 partidos que conforman el

⁴ El relevamiento cumple con objetivos más amplios, que superan el objetivo de esta presentación. Para una descripción detallada de la metodología y resultados ver Viego (2003).

SO provincial. Si bien el tamaño de población la ubica entre las principales áreas urbanas del país, la densidad poblacional (123.6 hab/km²) la asemeja más a ciudades intermedias del interior o a zonas urbano-rurales.

4.1 Rasgos del aparato productivo local

Es posible identificar tres grupos de firmas industriales claramente diferenciados en términos de su origen, evolución, la estructura de mercado donde operan y conducta. Por un lado, se distingue un conjunto numeroso de establecimientos dedicados a satisfacer las demandas más elementales de la población urbana local, concentradas especialmente en la provisión de alimentos perecederos, productos para la atención sanitaria y servicios residenciales. Este sector tiene su génesis a finales del siglo pasado, a partir del asentamiento poblacional que le dio características urbanas a la ciudad. Como se verá mas adelante, su dinámica responde básicamente a la evolución del tamaño de mercado y a las tendencias generales de las tecnologías de comercialización.

En segundo lugar, es posible identificar en el tiempo actividades dedicadas a la producción estandarizada, de mayor dimensión, centradas en la transformación primaria de insumos agropecuarios. Este segmento tuvo su origen a principios del período agro exportador que tuvo lugar en Argentina durante las décadas de 1880 a 1930. La oferta de materias primas de la región determinó el nacimiento de una estrecha gama de actividades industriales apoyadas en el sector agropecuario y dedicadas inicialmente a la elaboración de productos derivados de la molienda⁶. Esta colección de actividades experimentó sucesivas reorientaciones en su perfil de especialización, acompañando los ciclos de acumulación a nivel nacional.

En tercer lugar, es posible identificar un conjunto de empresas en una mayor diversidad de rubros, cuya lógica de funcionamiento se explica por la explotación de un nicho de mercado protegido por la distancia⁷. La incomunicación de otros centros urbanos determinó hacia mediados de la década de 1940 la concreción de algunas iniciativas productivas tendientes a satisfacer las demandas provenientes del sector comercial y de servicios de localidades adyacentes y las derivadas del sector agropecuario. Este sector nació a partir de la cercanía a un conjunto discontinuo de localidades de menor tamaño que Bahía Blanca que no alcanzaban

⁵ Supera en tamaño poblacional a más de 10 capitales de provincia.

⁶ Esta agrupación cuenta con la presencia de un número reducido de firmas de mayor tamaño relativo que contratan una porción sustantiva del empleo industrial local y cuya proyección supera el mercado regional.

⁷ Como sostiene Benko (1998), la distancia no sólo representa un obstáculo al aumentar costos, demoras y riesgos propios del transporte, también puede representar una ventaja al alejar la competencia. Esto significa que el costo de la lejanía de proveedores y clientes puede verse atenuado por el alejamiento de competidores, facilitando la tarea del productor.

la escala mínima para justificar la producción local de ciertos bienes y la coexistencia de fricciones territoriales (que restringían el abastecimiento de dichos bienes desde orígenes más alejados). Precisamente, la génesis y dinámica de este grupo de actividades permite distinguir, entre otros factores, la modalidad del proceso de acumulación regional típico en la mayoría de los países de América latina del desarrollo regional de los PD, tradicionalmente más integrados desde el punto de vista geográfico.

Por otra parte, se destacan los siguientes elementos distintivos de la estructura y evolución de la economía local, útiles para comprender las especificidades del caso local:

- a) *Grupos de actividades productivas diferenciados*. Los tres grupos de firmas que aloja el sector manufacturero local explotan diferentes atributos del territorio: las *producciones urbano-artesanales*, en adelante *G1*, originadas en el creciente asentamiento poblacional durante la segunda mitad del siglo pasado, están ligadas a la dinámica urbana; las *actividades regionales protegidas*, en adelante *G2*, emergentes de la segmentación geográfica y la adyacencia a otros centros urbanos de menor tamaño relativo; la *producción estandarizada*, en adelante *G3*, dominado por firmas principalmente medianas y un número reducido de grandes plantas, nacidas a partir de la disponibilidad de materias primas agropecuarias y la función nodal de la región.
- b) *Perfil manufacturero agroindustrial*. Las industrias de la alimentación en Bahía Blanca han presentado, desde sus inicios, los rasgos de especialización típicos del ámbito pampeano (carne, cereales, oleaginosos), con una elevada heterogeneidad productiva y empresarial. Se verifica la presencia simultánea de empresas grandes y medianas, de capital local, nacional y multinacional, junto a numerosas firmas pequeñas, casi artesanales, de menor peso económico.
- c) *Vulnerabilidad ante la competencia extra local*. El alto porcentaje de *G2* y *G1* en la población de empresas manufactureras locales, basado en la explotación de mercados espacialmente protegidos de la competencia externa, ha hecho confluír las fases de estancamiento y recuperación de la actividad industrial local con los períodos de avance y retroceso de la oferta extra-regional⁸. Es posible argumentar que la emergencia de ciertas actividades industriales en el tejido productivo local ha dependido esencialmente de los requerimientos del sector primario y del tamaño poblacional. Sin embargo, el desempeño histórico del sector manufacturero en términos del número de locales y del empleo parece estar supeditado a la aparición y consolidación de nichos regionales.
- d) *Evolución paralela al ciclo nacional*. Aunque el surgimiento y desaparición de los distintos grupos de actividades parece haber respondido a factores localizados (tamaño de mercado, abundancia de recursos naturales, proximidad a otros centros, etc.), en términos sectoriales refleja, sin embargo, una evolución análoga al ciclo nacional en sus distintas etapas de industrialización. En términos de Gorenstein (1998: 483), la industria local ha seguido un ciclo

⁸ La debilidad histórica del sector manufacturero local frente al ingreso de productos de otras regiones es un rasgo común en los estudios empíricos del sector manufacturero local: a mediados de 1880 la llegada del ferrocarril es documentada como uno de los factores que constituyeron una amenaza para la industria local, apoyada en las actividades de nicho (Rey *et al.*, 1980). Un siglo después, la expansión geográfica de firmas extra-locales provocó el retroceso de un grupo numeroso de pequeñas empresas en la rama alimenticia, con impacto significativo sobre el desempeño del sector manufacturero local en su

de “readaptación positiva”.

- e) *Desarticulación y dualización de la estructura productiva*. Como corolario de c) y d), desde finales de los 80, la disminución de los costos de transporte, la liberalización comercial y la desregulación de los mercados ha desencadenado un proceso tendiente a la conformación de dos universos manufactureros diferenciados: por un lado, un conjunto de establecimientos orientados a la exportación (petroquímica, combustibles, agroindustria) y, por el otro, un grupo heterogéneo de micro y pequeñas empresas dedicadas al abastecimiento del mercado local y regional (Gorenstein y Burachik, 1998). Esto implica una mayor desarticulación entre los tres grupos identificados al inicio de esta sección debido a la regresión de *G1* y *G2* hacia actividades con menor grado de transabilidad y a la orientación de *G3* a operaciones con menor vinculación con la región no sólo en términos de ventas sino en la generación de empleo directo, indirecto y demandas a otros sectores.
- f) *Alta dotación relativa de recursos en el sector científico-tecnológico*. La localización de varios centros de estudios superiores (dos universidades nacionales y más de media docena de institutos de educación terciaria) y un conjunto de laboratorios de investigación en el área de ingeniería de procesos representa un atributo potencial de la región en la extensión y transferencia de tecnología a las actividades productivas.

Según los datos disponibles, Bahía Blanca contaba en 2000 con una población de 715 locales industriales, compuesta en su mayoría por pequeños y medianos establecimientos (99%) y un conjunto de 7 plantas grandes en las ramas de petroquímica, energía y oleaginosos. A finales de 2000, la industria en su conjunto generaba más del 9% del empleo local, concentrado especialmente en los sectores Alimentos y Bebidas, Metalmecánico y Madera y Muebles.

En la Tabla 2 se puede observar la estructura sectorial de la industria junto con las principales actividades dentro de cada rama.

Es posible derivar a partir de la información ofrecida por la Tabla 2 que existe escasa diversidad de actividades al interior de cada rama, enfocadas principalmente hacia bienes de consumo (*e.g.* panificados, confecciones, muebles a medida, detergentes). Un examen de las ramas que contienen la fabricación de maquinaria y equipo (ramas 27 a 35) evidencia altos guarismos de firmas cuya principal actividad es la reparación⁹ y, eventualmente, la fabricación de componentes secundarios de los productos principales que conforman la rama. En el caso de bienes intermedios (ramas 17 y 20 a 26, excepto detergentes), la mayor parte de las actividades se concentra en la fabricación de insumos de baja complejidad tecnológica (*e.g.* imprentas, envases de polietileno) o en operaciones con escaso grado de transformación de la materia prima (*e.g.* cortes de mármol, corte y cepillado de madera, lonas).

conjunto (Gorenstein y Burachik, 1998).

⁹ Lo cual disminuye, consecuentemente, la proporción de operaciones de transformación en la empresa.

Tabla 2 Estructura sectorial en términos del número de locales*

CIU 3	Actividad	%	Principales actividades de la rama**
15	Alimentos y Bebidas	30.2	Panificados (63,3%) Pastas frescas (11,3%)
17	Textil	1.8	Lonas (46,1%)
18	Confecciones	3.1	Confecciones a medida (91,3%)
20	Aserraderos y productos de la madera	4.6	Aberturas (44,1%) Corte y cepillado (14,7%)
21	Productos del papel	0.7	Envases de cartón (60,0%)
22	Editoriales e imprentas	8.7	Imprentas (93,8%)
24	Químicos básicos y elaborados	1.6	Detergentes (33,3%)
25	Fabricación de productos de caucho y plástico	2.2	Envases de polietileno (62,5%) Caños plásticos (31,2%)
26	Mosaicos y ladrillos	5.1	Cortes de mármol (48,6%) Mosaicos (24,3%) Premoldeados de hormigón (13,5%)
27	Fundición	0.7	Fundición de hierro y acero (80,0%)
28	Metalúrgicas	16.3	Tornería (31,1%) Laminado y estampado (30,2%) Estructuras (19,3%)
29	Equipos	3.1	Reparación (78,2%) Intercambiadores calor/frío (13,0%)
31	Eléctricas	3.7	Reparación (44,4%) Tableros (22,2%) Carteles luminosos (18,5%) Acumuladores (14,8%)
33	Uso médico y equipos de medición	1.8	Laboratorios dentales (61,5%)
34	Equipos de transporte	2.6	Rectificación de motores (73,7%) Carrocerías (10,5%)
35	Embarcaciones	1.4	Reparación (90,0%)
36	Muebles y otros	9.2	Muebles a medida (85,1%)
45	Servicios a la producción	3.3	Montaje (37,5%) Mantenimiento (20,8%)
		100.0	

* El padrón de firmas se elaboró a partir de la información del último censo económico elaborado por el INDEC (1994) y fue actualizada con listados provistos por las cámaras empresarias y un rastreo del directorio telefónico. Con ello se eliminaron los locales que cesaron su actividad entre 1994 y 2000, se incorporaron los emprendimientos nacidos en el mismo período y se consideraron los cambios de rubro (de firmas comerciales a industriales y viceversa).

** Exhibe las actividades que lideran cada rama en términos del número de locales; esta desagregación se elaboró en función de las respuestas a llamados telefónicos realizados al 90% de las firmas del padrón original requiriendo actividad específica.

Tabla 3 Orientación de las actividades manufactureras

Tipo de bienes	Participación relativa %
De consumo	33.4
Intermedios	37.0
De capital	29.6
Reparación (41.5%)	
Total	100.0

Fuente: elaboración propia en base a llamados telefónicos

Si bien la distribución del número de locales entre las distintas clases de bienes parece equitativa es preciso aclarar que gran parte de las firmas en los segmentos de bienes intermedios y de capital (*e.g.* acumuladores, rectificación de motores, premoldeados de hormigón, aberturas) manifiesta que un porcentaje mayoritario de la producción se canaliza a través de locales de venta al público, lo cual convierte parte de la oferta en bienes de consumo. Por otra parte, se observa que el menú de insumos y de maquinaria producido

internamente es limitado. Esto indica que el resto de las firmas manufactureras, si decide abastecerse localmente, debe optar por sustitutos imperfectos o, alternativamente, debe importar de proveedores no locales los insumos necesarios, enfrentando costos (especialmente de transacción) adicionales.

En conjunto, a partir de la Tabla 2 es posible sostener que la estructura sectorial bahiense reúne actividades poco complejas, a menudo concentradas en las fases maduras del ciclo de vida de la tecnología -lo que Storper (1997: 70) califica como actividades “cosmopolitas”. Esto da lugar a suponer que la especificidad de los insumos es probablemente baja debido a que la tecnología es conocida o fácil de adquirir.

A su vez, se observa que el nivel de especialización intrasectorial es escaso, esto es, cada rubro de actividad parece concentrarse en etapas similares de la cadena productiva, advirtiendo sobre el bajo potencial de interacción inter-firma.

En suma, el padrón actualizado de firmas locales muestra claramente que, a pesar de las sucesivas reorientaciones en la actividad industrial, en Bahía Blanca parecen seguir conviviendo los tres grupos de actividades mencionados anteriormente y que las actividades que tradicionalmente predominaron en la estructura manufacturera local (urbanas, *G1*, y sustitutivas de la producción extra-local, *G2*) mantienen su prevalencia en términos del número de locales. Esto refleja la persistencia en el tiempo de los patrones de producción; el rol incubador que poseen las estructuras productivas locales influencia la estabilidad observada en la composición industrial¹⁰.

Dos rasgos adicionales que conviene destacar respecto de las actividades manufactureras bahienses son:

i) la *escasa densidad de firmas* respecto de otros aglomerados urbanos. Ello puede ser explicado, en parte, porque el mercado doméstico para los productos manufacturados es relativamente limitado. Si bien el tamaño del mercado local y regional justifica la presencia de ciertas actividades, éstas a su vez no son suficientes para la aparición de otras. Tybout (2000) explica que, en los PMD, el efecto Engel favorece que las necesidades de subsistencia sean atendidas con productos manufacturados básicos. En particular, en ámbitos periféricos, alejados de los grandes centros de consumo y con mayores costos de transporte, la demanda de bienes manufacturados más sofisticada es pequeña.

¹⁰ Esto puede explicarse aún cuando la estructura de edades de la población de firmas indique segmentos poblados de firmas jóvenes (Henderson *et al*, 1995).

Tabla 4 El tamaño relativo del sector industrial local

	Rosario	Córdoba	Mar del Plata	Mendoza	San Luis	Bahía Blanca
Número de locales industriales ¹	3855	3043	1367	479	430	795
Locales cada 000 habitantes ²	3.6	2.6	2.6	3.9	3.9	2.8
VBP en 000000 de pesos	2856.27	3904.62	854.87	181.18	1664.89	1201.63
VAB en 000000 de pesos	781.24	1198.95	301.39	69.12	438.19	290.60
Puestos de trabajo asalariados en 000	33.43	35.9	12.4	2.5	10.4	6.1
Asalariados por local	8.7	11.8	9.1	5.2	24.3	7.7
Población empleada en la industria (%) ³	17.3	11.8	14.6	13.0	19.2	9.2

¹ Fuente: INDEC, Censo Económico 1994

² Fuente: elaboración propia en base a INDEC, Censo Económico 1994 y Censo de Población 1991.

³ Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares, octubre de 2000

ii) el *dualismo* de la estructura productiva. La estructura manufacturera se caracteriza por mercados altamente concentrados donde hay barreras a la movilidad o, alternativamente, por mercados muy segmentados, donde opera un gran número de establecimientos pequeños. Tybout (*op cit*) sostiene que es probable que el propio subdesarrollo sesgue la distribución de tamaños hacia las empresas de pequeña dimensión¹¹. Las razones son históricas; en las regiones atrasadas, en el período de surgimiento de la actividad manufacturera, el grado de urbanización era menor al experimentado por áreas actualmente desarrolladas. A ello se sumaba el subdesarrollo de la red de transporte. Estos elementos se manifestaron en la existencia de bolsones dispersos de demanda que, a su vez, estimularon la producción en pequeña escala, localizada. Como se dijo anteriormente, este patrón tiende a perpetuarse en el tiempo por la influencia decisiva de la estructura productiva en el nacimiento de nuevos emprendimientos.

Tabla 5 Distribución de tamaños en porcentaje de locales

	Nro de trabajadores			
	Hasta 5	6-100	101-200	Más de 201
Bahía Blanca	76.6	21.2	1.3	0.8
Rosario	70.2	28.2	0.7	0.8
Córdoba	65.4	32.9	0.8	0.8
Mendoza	76.0	23.5	0.0	0.5
San Luis	38.9	55.9	3.1	2.1
Mar del Plata	71.7	26.3	1.1	0.8

Fuente: Gatto y Ferraro (1997)

4.2 Resultados del trabajo de campo

El relevamiento empleó una muestra estratificada por tamaños, cuya distribución sectorial además no difiere significativamente de la poblacional, de modo que puede considerarse representativa¹². Según se expone a lo largo de esta sección, la lógica de funcionamiento de

¹¹ Incluso, la prevalencia de microempresas generalmente está subestimada porque muchas no son captadas por los censos.

¹² En términos de empleo, casi el 70% de los establecimientos encuestados tiene menos de 10 empleados y sólo el 3% emplea a más de 50 trabajadores. En términos del nivel de facturación, los guarismos se modifican: la mayoría de las firmas pertenece al estrato pyme, con un monto de ventas de entre u\$141000 y 3000000.

cada grupo de empresas responde a diferentes elementos microeconómicos que delimitan a su vez, la conducta de las firmas que lo componen. Cada conjunto revela distintos modos de interacción entre firmas e instituciones del sistema productivo local, útiles a los fines de establecer los ámbitos de operatividad del concepto de eficiencia colectiva y su relación con el desarrollo local. La presentación se ordena en términos de cada conjunto de establecimientos.

a) *Actividades urbano-artesanales GI.*

Las firmas que componen este grupo representan el 25% de la muestra y se caracterizan por ocupar mercados estrictamente delimitados por las necesidades de la población local de bienes y servicios no transables (típicamente producciones artesanales como alimentos frescos, muebles a medida, servicios residenciales, etc.). Los elementos distintivos de este grupo (tanto desde las firmas individuales como en su conjunto) están definidos por la propia dinámica urbana. *GI* está formado principalmente por micro o pequeñas empresas en actividades con bajas barreras a la entrada aunque altas barreras al ingreso de competidores extra-locales.

En general, se trata de actividades donde predomina la venta directa al público a través de un local o atención personalizada (reparto a domicilio) y, por lo tanto, se caracterizan por altos niveles de interacción entre la fase de producción y la de distribución. Aunque pueden mostrar gran desarrollo del conocimiento productivo, es propio a su funcionamiento que no manejen técnicas de gestión sofisticadas y encuentren barreras para transitar hacia mercados ampliados.

La génesis de este tipo de emprendimientos se basa en su fundador, quien aprendió la técnica de producción fuera de la empresa (generalmente como empleado) y una vez que adquirió las habilidades necesarias y un pequeño capital, comenzó su propio negocio en el mismo sector. El aprendizaje informal es, por ende, el principal mecanismo de asimilación de conocimiento de producción. Esta modalidad de transferencia de técnicas hace que *GI* genere su propio ambiente incubador, induciendo la reproducción sectorial y el rápido agotamiento de las rentas generadas a partir de estrategias novedosas.

Este segmento surge en la fase temprana de urbanización de cualquier ciudad y su evolución (en términos del número de firmas y del grado de diversificación) está sujeta a los cambios que tienen lugar en la demanda local, *ceteris paribus*, el ambiente competitivo. En este caso, el tamaño del mercado inmediato es crítico para el nacimiento y expansión de las firmas,

debido a que el propio régimen de competencia les impide operar en mercados más alejados¹³. Por otro lado, debido a que este tipo de emprendimientos tiene un ciclo de vida más corto que el resto de las actividades de transformación, el nivel de rotación empresarial suele ser alto¹⁴.

De acuerdo con Bianchi y Di Tommaso (1998), el hecho de que este segmento esté confinado a la economía estrictamente local hace que su supervivencia obedezca a la gestión de una combinación de comercio local y artesanía. De allí, que sea conveniente diferenciar un artesano aislado de una pequeña empresa que ocupa mercados potencialmente más amplios.

Este grupo de actividades aparece vinculado a la región no sólo por el lado de la demanda final, sino también en las compras de insumos. En el caso local, el fuerte predominio de emprendimientos dedicados a la producción de bienes perecederos en pequeña escala, en la cual no se opera con *stocks* de materia prima, hace que la fuente de abastecimiento sea preferentemente local. En estos casos, la imposibilidad de alcanzar lotes mínimos de pedido y la importancia que adquiere la flexibilidad y puntualidad en la entrega otorga ventajas a la provisión local aunque, a menudo, impide la minimización de los costos derivada de fuentes de aprovisionamiento más competitivas.

La colaboración entre las firmas de este grupo y sus proveedores no parece ser frecuente debido a que la mayor parte de los establecimientos adquiere los insumos mediante distribuidores y sólo un tercio se dirige directamente a fabricantes y productores. Este patrón de aprovisionamiento, apoyado principalmente en intermediarios, limita el surgimiento de actitudes cooperativas en el vínculo proveedor-cliente debido a que los distribuidores tienen, por naturaleza, un menor compromiso con las especificaciones del producto o servicio, especialmente en calidad o en la búsqueda de nuevas variedades, aquellas áreas donde los beneficios conjuntos potenciales de la cooperación inter-firma son mayores.

Por otro lado, la ausencia de una estructura organizada de comercialización, naturalmente integrada a las operaciones de la empresa, impide el nacimiento de relaciones de colaboración con otras empresas: a menudo el cliente es el consumidor final de la mercadería y no otra firma.

Desde el punto de vista de la interacción con instituciones, se observa que, a pesar de que más del 70% de los locales está asociado a alguna corporación representativa del sector, muy pocos participan activamente de sus actividades. La principal percepción que tienen los empresarios sobre la función de las cámaras es la limitada capacidad de sus miembros de generar acuerdos estables.

¹³ Ello no invalida, sin embargo, que algunas empresas logren temporalmente colocar su producción fuera del mercado local.

Con respecto a la demanda de recursos humanos, la propia definición del negocio supone la escasa utilización de personal calificado debido a que se trata, principalmente, de actividades donde la práctica de producción es el principal mecanismo de aprendizaje. El total de las firmas que contratan recursos humanos con formación superior en este grupo (47%) mencionan la existencia de requerimientos legales de control de calidad o manipulación de sustancias que las obligan a mantener ciertas cuotas de supervisión certificada por profesionales¹⁵. Análogamente, el 94% de las empresas visitadas correspondientes a este grupo no tiene contacto con centros de investigación ni instituciones ligadas al fomento de la actividad industrial.

Es claro que la oferta de servicios de las organizaciones intermedias resulta poco relevante para este tipo de actividades, cuyo horizonte de mercado se basa en la frontera estrictamente urbana. Lo mismo ocurre con las agencias públicas de asistencia: más del 35% de los establecimientos de este grupo no conoce los instrumentos públicos de apoyo a la producción y un guarismo similar reflejan los casos que, a pesar de tener acceso a la información sobre ayudas públicas, no cumplen los requerimientos mínimos para participar de los programas¹⁶.

Este ambiente, basado, por un lado, en la combinación de un régimen competitivo relajado ante la existencia de altas barreras al ingreso de oferentes extra-locales y, por otro lado, el escaso dinamismo derivado de la imitación permanente, delimita un grupo de emprendimientos en estrecha relación con el territorio adyacente aunque con oportunidades de diferenciación innovativa para las firmas. En la medida que las empresas de este grupo no se planteen el tránsito hacia actividades con un horizonte ampliado de mercado, su desempeño estará claramente condicionado al tamaño del mercado local y a eventuales amenazas de sustitutos más eficientes.

b) Actividades regionales protegidas

Se puede identificar un conjunto de firmas en una situación intermedia entre la confinación exclusiva al mercado local y la extensión al ámbito nacional. Según la evolución histórica de la industria en Bahía Blanca, esta agrupación emerge durante el período sustitutivo (1940-1976) debido a la concurrencia simultánea de dos factores: los altos costos de transporte con relación al precio del producto y la proximidad de Bahía Blanca a un mercado (el patagónico) relativamente exiguo que desestimulaba la producción local de ciertos bienes. De este modo,

¹⁴ Esto no necesariamente se cumple en todos los casos porque también existen firmas que, en este segmento, explotan una tradición histórica, como es el caso de la elaboración de agua soda en Bahía Blanca.

¹⁵ Frecuentemente, bioquímicos afectados periódicamente al control de la fabricación de alimentos perecederos.

¹⁶ Debido generalmente al alto porcentaje de ventas informales o a un nivel de patrimonio inferior al mínimo requerido.

para *G2*, dedicado principalmente al abastecimiento de insumos de las actividades urbano-artesanales de las localidades de destino (estructuras metálicas, aberturas, envases, insumos para la construcción, etc.), Bahía Blanca representaba la localización que minimizaba los costos de transporte para una escala de producción rentable.

Actualmente, este segmento está conformado por un abanico relativamente diversificado de actividades, desde la elaboración de alimentos, la fabricación de muebles y la construcción de estructuras metálicas a la instalación y mantenimiento de maquinaria y equipos. La encuesta revela que se trata de firmas pequeñas, que no superan en ningún caso, la treintena de empleados y compiten en mercados donde predominan pymes o empresas de distinto tamaño. Este grupo intermedio aumentó su importancia relativa en la población total de firmas manufactureras locales a partir de la explotación de una renta derivada de la existencia de restricciones al ingreso de productores locales en los mercados de destino¹⁷ y altos costos de transporte (limitando el ingreso de oferentes lejanos). Es importante notar esta distinción porque la presencia conjunta de ambos elementos imprime una lógica de comportamiento microeconómico diferenciado, en la medida en que otorga una protección a la firma, independiente de las consideradas por los modelos tradicionales de barreras a la entrada. Posteriormente, el progresivo, aunque modesto, aumento del tamaño del mercado patagónico permitió la producción local de dichos bienes, deteriorando la renta de las firmas bahienses. Hacia finales de los 80, la disminución de los costos de acarreo provocó un relajamiento de los obstáculos al ingreso de competidores foráneos y el consecuente agotamiento de las ventajas iniciales de este grupo de empresas. Durante los 90, la concentración de los canales de distribución y la expansión de firmas líderes hacia mercados anteriormente no ocupados, como el patagónico, provocó la desaparición de firmas pertenecientes al segmento *G1* en dichas localizaciones y, por ende, la disminución de la cartera de clientes del conjunto de firmas bahienses tipificadas en *G2*¹⁸. Esto no sólo supuso la pérdida de una porción significativa de clientes, sino también la desaparición de sus competidores regionales. Sin embargo, este fenómeno no significó para la industria local la recuperación de las rentas de situación debido a la virtual evaporación de la ventaja locacional.

Este grupo de firmas entró en un período de profundo cambio estructural a partir de la apertura y liberalización de los mercados iniciadas a principios de los 90. El proceso de ajuste provocó altas tasas de mortalidad y la reestructuración de las sobrevivientes. La respuesta de

¹⁷ No se trata, en general, de sectores con altas barreras a la entrada, pero el tamaño del mercado local (frecuentemente, ciudades con menos de 30000 habitantes y densidades poblacionales que no superaban los 25 hab/km²) hacía prohibitiva la producción local.

las empresas para aumentar la competitividad fue la reducción de costos (racionalización de operaciones internas, despidos de personal e introducción de nuevas técnicas de procesamiento de información). En segundo lugar, comenzaron a tercerizar actividades secundarias como el mantenimiento de equipos y algunos servicios genéricos (transporte, seguridad, limpieza). En el último lustro, *G2* ha sido receptor de nuevas firmas cuya creación surge como consecuencia de las estrategias de externalización de sus miembros pero fundamentalmente en respuesta a la ampliación del polo petroquímico y la puesta en marcha de inversiones en infraestructura por parte de grandes firmas en el sector energético y oleaginoso.

A pesar de gozar de cierta protección frente a los competidores extra-locales, las empresas reconocen que esta situación ha cambiado significativamente en la última década. No obstante, una porción significativa de *G2* (más del 44%), liderada por las firmas más jóvenes, admite que la competencia extra-local no afecta las operaciones de las firmas o sólo lo hace esporádicamente. Esto indica que la reorientación del perfil de las empresas ha estado dominada, al igual que en *G1*, por el tránsito a nichos con menor exposición a la competencia. Debido a que este grupo concentra actividades donde el componente ingenieril es relativamente alto (el producto, frecuentemente, se diseña según las necesidades del usuario), la atención al cliente y el servicio post-venta son algunos de los elementos que caracterizan la competencia. Adicionalmente, el hecho de que más del 50% de las firmas de la muestra reconozcan tener contactos efectivos o potenciales con grandes plantas como proveedoras de insumos secundarios o servicios, pone de manifiesto que la red de contactos del empresario representa otra variable que define las características de la competencia.

A diferencia de *G1*, este grupo parece mostrar una gama más variada de conexiones con la región, que van más allá de la demanda final y se extienden a la posibilidad de vinculación a otros sectores de la economía local, como el de construcción, el comercio o el polo petroquímico.

Como era de esperar, este conjunto de establecimientos evidencia una mayor proyección geográfica en términos de ventas aunque pivotea principalmente sobre el corredor patagónico, por lo que es factible caracterizar a estas actividades como regionales. Si bien se observa que una porción minoritaria de las firmas de este grupo ha logrado expandirse al mercado nacional, un análisis detallado permite observar que se trata de aquellos establecimientos ligados a la etapa de expansión de la infraestructura de las grandes plantas en todo el país. La

¹⁸ El debilitamiento del mercado patagónico obedece, además, a la crisis de las economías regionales, a partir de la privatización de las empresas públicas y Reforma del Estado.

razón por la que estas firmas lograron atender mercados extra-regionales fue el aumento conjunto del número y del tamaño de las obras (estancado durante los '80), generando excesos de demanda de este tipo de servicios (especialmente, en montaje industrial). Este fenómeno no puede ser considerado, sin embargo, como un progreso genuino en el desempeño de las firmas debido a que constituye un episodio eventual y, en la mayoría de los casos, no surgió como una estrategia de expansión voluntaria.

Un análisis de la inserción regional de *G2*, en función del patrón de abastecimiento, indica que el medio no juega un rol como proveedor de insumos, principalmente a partir del reciente desplazamiento de la producción nacional por sustitutos importados (se trata, en la mayoría de los casos, de partes y piezas de bienes de capital y aceros), la concentración de los importadores en centros urbanos más poblados (Buenos Aires, Rosario, Córdoba) y la consecuente desaparición de los distribuidores regionales. Entre aquellos pocos que adquieren localmente las materias primas e insumos, algo menos de la mitad menciona no tener la escala suficiente para realizar pedidos a proveedores más competitivos fuera de la región y un tercio señala ventajas de la región al absorber el costo de transporte desde la fuente de producción hasta la planta, reflejando, además, el carácter de baja transabilidad de los insumos de origen local.

Los rasgos que distinguen este grupo del resto de las actividades industriales también son coherentes con la estrategia de crecimiento que los empresarios se plantean. Los propietarios parecen tener una actitud más bien conservadora, con escaso interés en implementar variaciones en las operaciones centrales de la empresa o abiertos únicamente a diversificar la cartera de productos manteniendo el mismo mercado objetivo. Este perfil completa la hipótesis de la existencia de un conjunto de locales industriales diferenciados a partir de la explotación de un nicho regional.

Por otro lado, y en correspondencia con *G1*, una porción sustantiva de los emprendedores de este grupo representa episodios de emancipación de una relación laboral anterior (a menudo en el mismo sector) con el fin de capitalizar el saber productivo en una actividad independiente. A diferencia de *G1*, este grupo alberga un porcentaje mayor de individuos provenientes de familias con trayectoria empresaria¹⁹ o que anteriormente desarrollaron actividades independientes.

El hecho de que la provisión de insumos se realice a través de importadores o distribuidores autorizados de materiales limita la relación proveedor-cliente a la comunicación de pedidos y pagos de mercadería. Si bien este rasgo es similar al observado en *G1*, la razón allí residía en

la imposibilidad de las firmas de acceder directamente a fabricantes debido al tamaño y a una modalidad de abastecimiento más flexible por naturaleza. *G2*, en cambio, ve truncado el potencial de construir relaciones de cooperación en las fases con mayor potencial sinérgico del abastecimiento debido al cierre de los fabricantes nacionales de los insumos y a la concentración (empresarial y geográfica) de la comercialización.

Por otro lado, la relación con los agentes aguas abajo de la cadena productiva parece mostrar mayor potencial para el surgimiento de relaciones de colaboración debido a que un porcentaje significativo de las empresas de este grupo ofrece bienes intermedios diseñados según las exigencias del usuario. Sin embargo, como ya se ha señalado, a menudo, se trata de grandes usuarios que no manifiestan necesidad de establecer acuerdos cooperativos con sus proveedores. En particular, las grandes plantas localizadas en Bahía Blanca se caracterizan por un alto nivel de integración vertical, ligado a la utilización de tecnologías de proceso continuo. Burachik (1999) explica que esta peculiaridad desestimula el establecimiento de acuerdos de cooperación con el grupo de subcontratistas debido a que la tercerización no está ligada al nivel de producción de las plantas, sino que se limita a las operaciones de carácter complementario (mantenimiento de equipos) o eventual (roturas o montaje de instalaciones).

El nivel de participación en actividades corporativas o sectoriales refleja, en parte, la interacción múltiple de las firmas y, por lo tanto, el beneficio latente de la acción colectiva. Si bien el guarismo de empresas desvinculadas de la actividad sectorial conjunta es similar al observado para *G1*, una diferencia significativa surge de la porción de participación más activa. Mientras que en *G1* este porcentaje apenas alcanzaba al 10% de los entrevistados, en *G2* parece ser notablemente superior.

El hecho de que un número significativo de firmas ofrezca servicios especializados a la producción o fabrique bienes intermedios a pedido, en mercados donde la trayectoria y reputación del establecimiento condiciona la decisión de compra, es coherente con una mayor proximidad con las agrupaciones del sector. En este ámbito, las cámaras constituyen no sólo una fuente de información comercial, sino también un medio de difusión de las actividades de la firma y de consolidación de la red de contactos del empresario.

Los establecimientos de este grupo no evidencian tener contactos con otras organizaciones intermedias o de apoyo, como entes de capacitación u oficinas locales de asistencia a la actividad empresarial. La explicación de ello reside en que, por un lado, este conjunto de firmas se ubica en segmentos poco dinámicos desde el punto de vista tecnológico, de forma que la demanda de servicios hacia el sector científico-tecnológico resulta nula o poco

¹⁹ Reflejado en un porcentaje notorio de empresas dirigidas por la primera o segunda generación de empresarios.

apreciable²⁰. Análogamente, la contratación de personal calificado es escasa y está ligada a la naturaleza de las actividades involucradas²¹.

El municipio o las agencias regionales de desarrollo no constituyen un área de interacción institucional de las firmas de este grupo. A pesar de la gran diversidad de opiniones de los empresarios sobre la función de los gobiernos locales, es importante destacar el gran número de firmas (31,4%) que menciona la reglamentación municipal excesiva que enfrentan las empresas bahienses simultánea a un relajamiento de los controles hacia el ingreso de oferentes extra locales. Un porcentaje cercano (26%) nota, sin embargo, que en un esquema global de libre circulación de bienes y servicios, la capacidad del gobierno municipal de diseñar instrumentos de apoyo es muy limitada.

c) Actividades estandarizadas de escala intermedia

Un tercer conjunto de las pymes manufactureras locales concentra la producción de bienes y servicios de escala intermedia para los cuales no existen, en principio, barreras a la extensión geográfica de los mercados. Si bien el perfil de especialización de *G3* se ha modificado en el tiempo, su origen tiene lugar en la década de 1930, con el nacimiento de establecimientos medianos en la rama agroindustrial (harinas, pastas secas). Aunque el período sustitutivo significó la diversificación del grupo hacia la producción de bienes de capital, en los últimos veinte años, el ingreso de nuevas firmas dedicadas a la transformación de materias primas agropecuarias consolidó su perfil inicial, centrado en la explotación de los recursos provenientes del sector primario.

Este sector, junto con el complejo petroquímico y oleaginoso, lideró el proceso de acumulación del espacio regional (Gorenstein, 1989). Sin embargo, mientras que en otros territorios la génesis de este grupo parece estar apoyada en especificidades de carácter endógeno (Silicon Valley, por ejemplo, en la oferta de conocimiento del sector académico o los distritos italianos en la interacción horizontal de las empresas), en Bahía Blanca, el sector de mayor proyección de mercado logró consolidarse a partir de la división interregional del trabajo, basada en el aprovechamiento de ventajas comparativas locales, aunque no absolutas. En la muestra, fruto de la superposición de firmas nacidas en los distintos ciclos de industrialización, este segmento reúne a una diversa colección de actividades, desde la elaboración de bebidas y alimentos envasados hasta la fabricación de partes y piezas y maquinaria, con mayores niveles de estandarización que *G1* y *G2*. El grupo está compuesto de

²⁰ Generalmente sostenida a través de la actividad docente de algunos de los miembros de la firma y utilizada en casos eventuales.

productores pequeños y medianos con algunas capacidades gerenciales y técnicas acumuladas. De todos modos, no se observa que hayan implementado innovaciones, excepto aquellas desarrolladas por los proveedores, ni que lleven adelante actividades de I+D.

Debido a que atienden segmentos de escasa diferenciación de producto, dominados generalmente por grandes corporaciones multinacionales, el precio, la publicidad o la presentación del producto son definatorios en la decisión de compra. Por ello la mayoría de las firmas agrupadas en *G3* parece mostrar mayor grado de exposición a la competencia y, por lo tanto, alta vulnerabilidad a los oferentes externos.

Es probable que este subconjunto de firmas inicialmente haya considerado la conquista del mercado local como escenario preliminar a una expansión posterior pero, gradualmente, la región dejó de ser su principal canal de comercialización y hoy sólo representa un porcentaje minoritario de la facturación de las firmas del grupo. Además, la expansión geográfica significó para un número notable (más del 30%) de los establecimientos que conforman la muestra de *G3*, la ampliación de la cartera hacia productos donde no necesariamente intervienen los recursos locales. Esto indica que la ventaja comparativa de la región funciona como un elemento que impulsa la inauguración local de ciertas actividades pero la propia naturaleza expansiva del negocio implica el abandono de los vínculos con el territorio.

Entre los principales factores de atracción del área local para el conjunto de firmas visitadas, Bahía Blanca sigue siendo claramente un mercado de colocación de los productos y oferente de materias primas agropecuarias, aunque, a diferencia de los grupos anteriores, se observa que un porcentaje de actividades no visualiza ninguna conexión con el entorno. Estos son los casos que han ampliado el mix de producción, en respuesta a una oportunidad de negocio más que a las ventajas naturales de la región.

La relación entre *G3* y el territorio puede ser considerada como una sucesión de distintos matices: en un principio, la presencia de ventajas comparativas en ciertos recursos operó como principal impulsor para que este grupo de firmas se posicionara en el mercado nacional, posteriormente, la propia expansión geográfica fue induciendo cambios en la dinámica del negocio que rompieron el vínculo inicial que la firma había establecido con la región.

Este fenómeno se refleja de un modo más directo en el esquema de abastecimiento de materias primas. Si bien históricamente *G3* tuvo mayor vinculación con la oferta de materias primas de la región, actualmente muestra un menor anclaje en la producción primaria local.

El 75% de los establecimientos de este segmento adquiere los insumos centrales del proceso productivo fuera de la región. Al igual que *G2*, el aprovisionamiento extra local responde, en

²¹ Consumidoras, generalmente, de servicios técnicos de ingeniería.

la mayoría de los casos, a la ausencia de oferta en la región y, en menor medida, desventajas de costo de los proveedores locales²². En otro extremo, casi el 20% de los establecimientos se provee localmente de los insumos debido a la cercanía de la fuente de producción.

Tabla 6. Aprovechamiento extra-local. Causas

Razón de abastecimiento	%
No hay proveedores locales	56,3
Desventajas de precio de la oferta local	18,8
Desventajas de calidad de la oferta local	6,3
Producción primaria local	18,8
Total	100,0

n=16

Naturalmente, la elección del tipo de nicho en el que el empresario decide ingresar a menudo refleja actitudes diferenciales hacia el crecimiento. Mientras que en *G1* predomina un perfil más artesanal que empresarial y, por ende, con metas de expansión más modestas, *G3* agrupa empresarios con mayor predisposición a extender su radio de acción hacia otros mercados. Se observa un porcentaje mayoritario (mayor al 70%) de empresarios favorables al crecimiento, especialmente a través de vías que implican la ampliación de la capacidad de producción. Si bien esta diferencia tiene su base en motivaciones personales (no observables) también refleja distintos antecedentes de los individuos. Pese a que la trayectoria empresarial del titular en los tres grupos no presenta variaciones significativas (en todos los casos, se trata principalmente de individuos que anteriormente tenían un empleo en relación de dependencia), las diferencias parecen ser mayores cuando se observa la relación que el empresario tenía con el sector al momento de fundar la firma. *G3* incluye una mayor proporción de emprendedores que iniciaron la actividad independiente sin conocimientos previos del sector. Esto sugiere una mayor ruptura en la trayectoria personal del empresario que la aparente en *G1* y *G2*. Por otro lado, agrupa una porción significativa de empresarios que alcanzaron mayores niveles de educación formal, respecto de sus pares en los segmentos menos dinámicos. Esta muestra latente de mayor pro-actividad en los empresarios se confirma, además, en las estrategias implementadas por las empresas: casi el 40% de las firmas visitadas pertenecientes a este segmento incorporó nuevos productos a la canasta ofrecida durante los últimos cinco años y más del 30% realizó inversiones para aumentar la capacidad de la planta.

²² Si bien tanto las empresas de *G2* y *G3* admiten haber disminuido su porcentaje de compras locales, las razones que expone *G2* se relacionan con la desaparición de proveedores locales y nacionales de los insumos tradicionales, mientras que *G3* argumenta que la ampliación de la cartera de productos provocó una reorientación geográfica de las compras hacia otras regiones.

Adicionalmente, la mitad de las firmas que adquiere los insumos fuera de la región lo hace a través de distribuidores debido a la ausencia o desventaja de fabricantes nacionales. Los entrevistados señalan que la apertura comercial estimuló la sustitución por materiales importados, especialmente en las actividades consumidoras de químicos y algunos componentes eléctricos. Como ya se señaló anteriormente, la inexistencia de oferta a nivel nacional no sólo evapora la interacción local sino que limita también los incentivos para cooperar a nivel extra-local. Esto es una prueba, además, de que una estructura productiva con pocos eslabones de la cadena de producción impone restricciones a la generación de externalidades derivadas de la cooperación.

Por otro lado, el tipo de insumos que este grupo de actividades utiliza presenta, generalmente, economías de escala, por lo que la propia tecnología de producción (altamente estandarizada) no habilita campos de posible colaboración entre usuario-proveedor.

A pesar de que estas firmas presentan un mayor nivel de desintegración hacia adelante respecto de *G1* y *G2*, aún parece resultar insuficiente para desencadenar comportamientos cooperativos entre las firmas. Ninguna de las firmas visitadas admite haber establecido acuerdos con sus clientes en la búsqueda de nuevas prácticas o productos y que el surgimiento de estas actitudes se ve cada vez más amenazado por la concentración de los canales de comercialización, alterando el poder de negociación hacia la profundización de las relaciones de mercado y en detrimento de las conductas cooperativas.

Conviene aclarar que la colaboración no sólo se ve afectada por la debilidad de los eslabonamientos verticales sino también por el bajo nivel de especialización intra-sectorial (aunque levemente mayor que el de *G1* y *G2*). Esto hace que las ventajas que el territorio podría eventualmente otorgar sean, en principio, pasivas.

La interacción institucional parece, no obstante, ser mayor que la observada en *G1* y *G2*, ya que un porcentaje significativo de empresarios que participa activamente de las actividades de gremiales empresarias²³. A pesar de la diversidad de percepciones respecto del rol de las asociaciones intermedias, se observa que este grupo de firmas, en conjunto, considera que la unión de intereses reporta beneficios para la actividad empresarial.

Considerando la vinculación de este grupo con el sector científico-tecnológico, solamente un grupo minoritario de firmas -que no supera al 13% de *G3*- tiene contactos con institutos locales de investigación, fruto de una demanda genuina de sus servicios. Los empresarios señalan, sin embargo, que la relación no es continua ni forma parte de un plan de acción conjunto entre las empresas y los centros educativos, sino que son puestos en marcha y

posteriormente cesados en función de eventualidades (rotura de equipos de producción, auditorías de calidad requeridas por los comitentes, etc.) que surgen en la actividad corriente. Pese a ello, el mayor porcentaje de firmas que contratan personal calificado evidencia que de los tres grupos de actividades, *G3* es el que más aprovecha la oferta de recursos humanos proveniente del sistema educativo local. En el cuadro e se observa más de dos tercios de este segmento utiliza servicios profesionales en las operaciones corrientes. Por otro lado, el contacto con agencias públicas de apoyo a la producción es prácticamente nulo debido principalmente a la falta de relevancia de los instrumentos en la problemática de las firmas.

Una variable compuesta que resume el grado de interacción institucional (ya sea con gremiales empresarias, centros de capacitación o autoridades municipales) indica que *G3* evidencia mayores niveles relativos de interacción institucional, aunque ello no indica que, en términos absolutos, sean altos.

El desarrollo de este grupo de empresas se encuentra en una situación, en principio, bloqueada: “desde abajo”, enfrentan la competencia de fabricantes de bajo costo (generalmente informales o provenientes de Asia) y “desde arriba” deben competir con firmas de mayor dimensión, con marcas establecidas y que dominan los canales de comercialización.

A modo de síntesis, y con el objetivo adicional de trascender el caso local se propone una taxonomía que refleja las diferentes modalidades que la relación firma-territorio adquiere en aglomeraciones intermedias comparables a las de Bahía Blanca. La taxonomía describe la multiplicidad de ambientes productivos que conviven en una región resumidos por la vigencia simultánea de diferentes regímenes de competencia, perfiles empresariales e inserción regional en las firmas manufactureras locales.

²³ Casi el 20% forma parte del cuerpo directivo de la cámara del sector.

Tabla 7. Taxonomías en la relación firma-territorio

	Condiciones de competencia	Inserción territorial	Conducta individual y colectiva	Perfil empresarial	Desempeño
G1	<p>modos de producción artesanales;</p> <p>predominan micro o pequeñas empresas;</p> <p>alta rivalidad local;</p> <p>rivalidad extra local moderada en sustitutos cercanos;</p> <p>baja apropiabilidad de esfuerzos endógenos;</p> <p>alta vulnerabilidad a la aparición de sustitutos en el segmento estandarizado;</p>	<p>centrada en el espacio urbano</p> <p>inducida por la demanda local;</p> <p>suministro local de insumos;</p>	<p>asociada a la lógica comercial;</p> <p>alta interacción productor-cliente;</p> <p>baja o nula cooperación con proveedores;</p> <p>baja vinculación institucional;</p>	<p>apoyado en la supervivencia y la estabilidad del negocio;</p> <p>actitud pasiva hacia el crecimiento;</p>	<p>bajos márgenes de rentabilidad;</p> <p>ventajas competitivas espúreas, asociadas al ciclo de vida de la firma;</p> <p>expansión geográfica limitada por la frontera urbana;</p> <p>crecimiento acotado por el tamaño del mercado local;</p>
G2	<p>fabricación centrada en lotes a pedido o de alto contenido ingenieril;</p> <p>rivalidad extra local restringida;</p> <p>predominan firmas de distinto tamaño;</p> <p>alta vulnerabilidad al ingreso de oferentes extra locales;</p>	<p>centrada en el espacio regional;</p> <p>inducida por la demanda de las actividades urbanas de la región;</p>	<p>escasa relación usuario-proveedor de insumos;</p> <p>alta interacción productor-usuario;</p> <p>vinculación institucional baja, centrada en asociaciones empresarias;</p>	<p>enfocado a la conservación de una cartera de clientes poco disputable;</p>	<p>mayores márgenes relativos debido a la posibilidad de cargar precios superiores;</p> <p>ventajas competitivas espúreas asociada a la red de contactos personales (principalmente aguas abajo);</p> <p>expansión geográfica sujeta a la aparición de nichos con altos costos de transporte;</p> <p>crecimiento inducido por el desempeño del sector urbano de mercados de destino;</p>
G3	<p>producción estandarizada;</p> <p>predominan firmas líderes o de diferente tamaño;</p> <p>alta rivalidad supra regional;</p> <p>mayor apropiabilidad de esfuerzos de diferenciación;</p>	<p>centrado, inicialmente, en la oferta de materias primas locales;</p> <p>rápido agotamiento de eslabonamientos regionales;</p>	<p>cooperación condicionada por la concentración en distintas fases de la cadena de valor;</p> <p>vinculación institucional media;</p>	<p>orientado a la generación y expansión de las ganancias;</p>	<p>relativamente más asociado a los resultados operativos de la empresa y a la capacidad empresarial;</p> <p>el crecimiento (intensivo y extensivo) está condicionado a la conquista de nuevos mercados y/o variaciones en la cartera de productos;</p>

Fuente: elaboración propia

5. Reflexiones finales

Conviene puntualizar, entonces, algunas reflexiones acerca de la operatividad de la combinación de C&C en empresas de pequeña dimensión y en territorios de escaso nivel de desarrollo económico. En primer lugar, el estado de la discusión teórica necesita evaluar nuevamente los supuestos motivacionales sobre los cuales se basa la cooperación entre empresas si ha de ser aplicado a las pymes. Si la acción colectiva contribuye a la expansión de los mercados y a la innovatividad, éstas deberían constituir, a su vez, metas efectivas de este tipo de empresas. De lo contrario, no existiría un marco de incentivos adecuado para el establecimiento de acciones conjuntas por parte de las empresas de menor tamaño relativo. Este requisito aparece con mayor notoriedad en el caso de estudio aquí presentado.

En segundo lugar, aún cuando se supere la limitación anterior, la evidencia empírica señala que la C&C no suele utilizarse como estrategia en la búsqueda de nuevos productos, sino que éste objetivo suele ser abordado mediante relaciones de tipo proveedor-usuario. La C&C está restringida a la consecución de economías de escala necesarias para penetrar en nuevos mercados más distantes (*i.e.* exportación), en cuyo caso la disputabilidad de los clientes se ve atenuada y, por ende, el componente de rivalidad. Por otra parte, y en relación con este aspecto, conviene recordar que

Tercero, y considerando el caso de las pymes en los PMD, la combinación de C&C parece aún menos probable de lograr porque el tipo de incentivos (nuevos mercados) que conduciría a las conductas colectivas no suele amenazar su supervivencia, objetivo central de las empresas de menor dimensión en este tipo de ámbitos. En los PMD, especializados en *commodities* de bajo valor agregado, hay poco espacio para cooperar ya que estas actividades gozan de ventajas comparativas, la necesidad de ganar mercados es cumplida por el mercado sin recurrir a la cooperación²⁴. Por otra parte, el relajamiento de la condición de C&C a una relación cooperativa vertical (aquella más frecuente en los procesos de innovación de producto) requiere de una elevada división (intra e inter-sectorial) del trabajo y para ello el tamaño de mercado es crítico (Stigler, 1951; Baumgardner, 1988; Kim, 1989). Esta es otra limitación de los PMD, que se agudiza al interior de sus economías, con mercados todavía más exigüos. De modo que la cooperación de tipo vertical requiere un estadio de industrialización más elevado que el observado en los territorios subdesarrollados.

²⁴ Se registran, no obstante experiencias exitosas de asociativismo y conquista de nuevos mercados de exportación en productos no tradicionales, como miel, carne de conejo, cultivos aromáticos, etc.)

Por último, aparece la cuestión de si es posible revertir una trayectoria de desarrollo con estos rasgos poco favorables a la cooperación. Para intentar ofrecer una perspectiva es que se recurre al estudio de caso. Es común en cualquier región la existencia de tres tipos de empresas y actividades: i) *artesanales*, donde la combinación C&C es menos frecuente por la naturaleza de los mercados donde operan. Para poder engendrar y sostener conductas del tipo C&C deben modificar radicalmente las bases del negocio (*i.e.* tipo de producto, mecanismos de distribución, etc.). La cooperación vertical, por su parte, necesita que las firmas comiencen a vincularse directamente con fabricantes, más que con distribuidores, por naturaleza menos comprometidos en la búsqueda de mejoras. Y este cambio requiere, a su vez, un salto en la escala por parte de las firmas artesanales, que justifique su desvinculamiento de intermediarios. Estas condiciones, además, parecen necesarias aunque no suficientes. ii) *regionales*. En Bahía Blanca, no se registra cooperación vertical ni horizontal debido a la gran desarticulación productiva profundizada en los 90 por las políticas macroeconómicas. Pero además, aún cuando el grado de desintegración vertical del aparato manufacturero fuera mayor, el objetivo de las firmas no necesariamente está ligado con un mejoramiento de su competitividad (vía escala o innovación) sino con el ocupamiento de nichos de mercado más protegidos de la competencia, elemento que desincentiva la cooperación porque aumenta la disputabilidad de los segmentos de mercado más inmediatos. Nuevamente el tránsito hacia otro conjunto de metas requiere la refundación del negocio o el reemplazo paulatino de las empresas existentes por otras, nuevas, con un perfil empresarial más dinámico. Este proceso de cambio estructural se ve obstaculizado por el inevitable patrón reproductivo de los aparatos manufactureros. iii) *exportadoras netas*. En este caso, se observa un mayor grado de interacción (si bien la frecuencia y formalidad de las relaciones entre firmas es baja). El problema aquí no es de tipo microeconómico (las empresas se benefician efectivamente de una mayor circulación de información y de esfuerzos conjuntos) sino de desarrollo local; este grupo de firmas no alcanza a empujar al resto del territorio. Las razones no son sólo cuantitativas (esto es, vinculadas a la baja proporción de este tipo de empresas en el total), sino también estructurales; las relaciones insumo-producto localizadas son prácticamente nulas, por lo que los impulsos innovativos no llegan a difundirse ni siquiera modestamente al resto del tejido productivo.

6. Referencias bibliográficas

- Baumgardner J R (1988), The Division of Labor, Local Markets, and Worker Organization; *J Pol Ec*, 96: 509-527.
- Bayona C, García Marco T y Huerta E (2003); “¿Cooperar en I+D? Con quién y para qué”; *Revista de Economía Aplicada* 31: 98-127.
- Bianchi P y Di Tommaso M (1998); Política industrial para las pyme en la economía global; *Com Ext* 8:617-623.
- Burachik G (1999); Relaciones cliente-proveedor local: las plantas de proceso continuo en Argentina; *Com Ext* 49(12): 1070-1083.
- Cassiman B y Veugelers R (2002); Spillovers and R&D cooperation: some empirical evidence; *Am Ec Rev*; sept.
- Cawthorne P (1995); “Of Networks and Markets: The Rise and Rise of a South Indian Town, the Example of Tiruppur's Cotton Knitwear Industry”; *World Development*, 23(1): 43-56.
- Gartner E (1988); Who is an entrepreneur is the wrong question; *Ame J of Sma Bus*; 12: 11-32.
- Gatto F y Ferraro C (1997); Consecuencias iniciales de los comportamientos pymes en el nuevo escenario de negocios en Argentina; *Documento de Trabajo No. 79*; Buenos Aires: Oficina de la CEPAL.
- Gelsing L y Nielsen K (1996); Promoting inter-firm networks in industrial policiy – Danish evidence; *EMOT Workshop*; Modena.
- Gorenstein S (1989); Región SO de la provincia de Buenos Aires. Evolución y perspectivas. *tesis de MS*; Universidad Nacional del Sur.
- Gorenstein S (1998); Las nuevas formas de declive urbano-regional en Argentina de los 90. El caso de Bahía Blanca en el SO bonaerense; en C De Mattos, D Hiernaux y D Restrepo (ed); *Globalización y Territorio. Impactos y Perspectivas*; Santiago: Fondo de Cultura Económica; pp. 479-502.
- Gorenstein S y Burachik (1998); Creación de locales industriales en Bahía Blanca 1985-1994. Caracterización de los principales factores de atracción y desplazamiento; *EURE* 24(71):57-74.
- Hagedoorn J (1996), Trends and patterns in strategic technology partnering since the early seventies, *Review of Industrial Organization*, 11: 601-616.
- Hagedoorn J (1990); “Organizational modes of inter-firm cooperation and technology transfer”, *Technovation*, 10: 17-30.
- Henderson J V, Kunkoro A y Turner M (1995); Industrial development in cities; *J Pol Ec* 103(5): 1067-1090.
- IDS (1997); Collective efficiency: a way forward for small firms; *Policy Briefing 10*; April.

- Kantis H (1996); Inercia e innovación en las conductas estratégicas de las pymes argentinas; *Documento de Trabajo No. 73*; Buenos Aires: CEPAL.
- Kim S (1989); Labor Specialization and the Extent of the Market; *J Pol Ec*, 97(3): 692-705.
- McCormick D (1999); "African Enterprise Clusters and Industrialization: Theory and Reality"; *World Development*, 27(9): 1531-1551.
- Meyer-Stamer J (1998); Path dependence in regional development: persistence and change in three industrial clusters Santa Catarina Brazil; *World Development* 26(8): 1495-1511.
- Nadvi K y Schmitz H (1994); Industrial clusters in less developed countries: review of experiences and research agenda; *Discussion Paper No. 339*; Brighton: Institute of Development Studies.
- OECD (1993); *Las pequeñas y medianas empresas: tecnología y competitividad*; Madrid: OECD-Mundi Prensa.
- Puppo JM y Bezchinsky G (2002); Nuevos enfoques de políticas pyme en Argentina; Estudios de Competitividad Sistémica; *Estudio I.EG.33.4; BID 925/OC-AR*.
- Quintana García C y Benavides Velasco CA (2003); Cooperation, competition and innovative capability: a panel data of European dedicated biotechnology firms; *Technovation*; en prensa.
- Rabellotti R (1999) "Recovery of a Mexican Cluster: Devaluation Bonanza or Collective Efficiency?" *World Development*, 27(9): 1571-1585.
- Rey M, Errazu D y Abraham N (1980); Historia de la industria en Bahía Blanca; *Documento de Trabajo*; Departamento de Ciencias Sociales; UNS.
- Sanz-Menendez L, García CE y Fernández M (1999); ¿Con quién colaboran las empresas en el desarrollo de productos? Un análisis empírico exploratorio aplicado a las empresas innovadoras españolas", *Ekonomiaz*, 45: 214-24.
- Schmitz H (1999); "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil", *World Development*, 27(9): 1627-1650.
- Schmitz H (1997); Collective efficiency and increasing returns; *IDS Working Paper No. 50*.
- Stigler G (1951); The division of labour is limited by the extent of the market; *J Pol Ec* 59: 185-193.
- Storper M (1997); *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*; New York: The Guilford Press.
- Tybout J (2000); Manufacturing firms in developing countries: how well do they and why; *J Ec Lit* 38(1): 11-44.

- Viego V (2003); Los problemas del desarrollo industrial en las regiones periféricas. El caso de Bahía Blanca; Tesis de Maestría “*Impactos Territoriales de la Globalización en Ambitos Periféricos y Centrales*”; Universidad Internacional de Andalucía.
- Weiler S, Thompson E y Ozawa T (1999); The evolution of a new industrial district: The automobile industry in the American Southwest; *Planning and Markets*; en <http://www-pam.usc.edu/volume4/v4i1a1print.html>
- Welsh H y White JF (1981); A small business is not a little big business; *Harvard Business Review* 4; jul-ago.
- Yoguel G (1996); Estrategias de cooperación empresarial de las pymes argentinas y brasileñas a principios de los noventa; *Documento de Trabajo No. 70*; Buenos Aires: CEPAL.
- Zilbovicius M, Marx R y Salerno MS (2002); A comprehensive study of the transformation of the Brazilian automotive industry; *International Journal of Automotive Technology and Management*; 2(1).