

1622

33/23

CONVENIO DE COOPERACION TECNICA CFI / CEPAL

Secretario General del CFI: Ing. Juan José CIACERA

Director Oficina CEPAL Bs. As.: Dr. José M. PUPPO



**PROMOCION INDUSTRIAL EN LA RIOJA.
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES
Y DESARROLLO REGIONAL.**

Gutman, Graciela (CFI)
Yoguel, Gabriel (CFI)
Gatto, Francisco (CEPAL)
Quintar, Aida (CEPAL)
Bezchinsky, Gabriel (CFI)

H 214
F 3113
F 2112
F 331 7
G 334
6 320
4 410

Programa CFI-CEPAL: Perspectivas de reindustrialización y sus determinaciones regionales. PRIDRE.

**Documento de Trabajo N° 16 - CFI
Publicación CEPAL LC/BUE/R 132**

Buenos Aires, Abril de 1988

1512?
1555.

PROMOCION INDUSTRIAL EN LA RIOJA. ESTRATEGIAS
EMPRESARIALES Y DESARROLLO REGIONAL

INDICE

PRESENTACION

Capítulo I: INTRODUCCION Y ALCANCES DEL TRABAJO ...	1
1 - Introducción	1
2 - Antecedentes y objetivos del estudio	5
3 - Aspectos metodológicos: selección de las empresas y características de la encuesta	9
Capítulo II: LAS EMPRESAS Y PLANTAS INDUSTRIALES PROMOCIONADAS. ALGUNOS RASGOS DESCRIPTIVOS	17
1 - Origen geográfico de las empresas promocionadas, organización jurídica y objetivos de localización	17
2 - Reorganización espacial de las firmas	24
3 - Relaciones comerciales intrafirmas. Origen de los insumos y destino de la producción	28
4 - Articulaciones con el medio local.	34
Capítulo III: LA INVERSION INDUSTRIAL PROMOCIONADA. TECNOLOGIA Y PROCESOS PRODUCTIVOS ..	39
1 - La inversión industrial del periodo	39
2 - Tecnología y equipos	46
Capítulo IV: IMPACTOS SOCIALES DE LA PROMOCION INDUSTRIAL	57
1 - Introducción	57
2 - La infraestructura urbana	59
3 - Estructura y evolución del empleo	62
4 - Mercado de trabajo y organización gremial	69
5 - La incorporación de la mujer al	

	trabajo industrial	74
6 -	Algunas conclusiones	79
Capítulo V:	COSTO FISCAL DE LA PROMOCION INDUSTRIAL DE LA RIOJA	81
1 -	Introducción	81
2 -	Estimación de los beneficios fiscales concedidos	84
3 -	Costos de localización y bene- ficios fiscales	90
Capítulo VI:	REFLEXIONES FINALES	93
1 -	Acerca de la construcción de una tipología de empresas	93
	a) Las empresas multiplantas	93
	b) La construcción de tipolo- gías de empresas promocio- nadas	98
2 -	Principales evidencias del estudio	101
	a) En relación con las estrate- gias empresariales	101
	b) En relación con el desarrollo local	104
	c) En relación con el costo fis- cal de la promoción	107
3 -	Elementos para la formulación de política industrial en la Pro- vincia	109

ANEXOS

- Anexo I: Listado de las empresas de la muestra
- Anexo II: Formulario de la encuesta
- Anexo III: Metodología de cálculo de los indicadores de costo fiscal
- Anexo IV: Transcripción de las conclusiones del Doc. PRIDRE N^o 12

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

DOCUMENTOS DEL PROGRAMA CFI - CEPAL

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- sas promocionadas. Representativi- dad de la muestra.....	11
Cuadro 2:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- presas promocionadas. Distribución de lamuestra, valor de producción y personal ocupado.	12
Cuadro 3:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- presas promocionadas. Origen de los insumos y destino de la producción..	30
Cuadro 4:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- presas promocionadas. Origen de los insumos y porcentaje de los mismos provistos por la matriz	32
Cuadro 5:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- presas promocionadas. Destino de la producción y tipo de comercialización	33
Cuadro 6:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em - presas promocionadas. Inversión pro- mocionada según tamaño en montos ab- solutos	43
Cuadro 7:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- presas promocionadas. Inversión pro- mocionada por grandes divisiones in- dustriales	44
Cuadro 8:	Provincia de La Rioja. Evolución de la población económicamente activa por sector de actividad. 1960; 1980.	63
Cuadro 9:	Ciudad de La Rioja. Evolución de la distribución de la población total, la población económicamente activa, los ocupados y los desocupados en 1980, 1982 y 1984	64
Cuadro 10:	Ciudad de La Rioja. Evolución de la PEA total y de la PEA industrial en 1980; 1982 y 1984	66
Cuadro 11:	Ciudad de La Rioja. Evolución de la población económicamente activa se- gún rama de actividad en 1980; 1982	

	y 1984	66
Cuadro 12:	Ciudad de La Rioja. Evolución de la distribución de la PEA industrial por categoría ocupacional en 1980; 1982 y 1984	69
Cuadro 13:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a empresas promocionadas. Estimación del costo fiscal	86
Cuadro 14:	La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a em- sas promocionadas. Destino de la pro- ducción e incidencia de los costos de transporte	92

Este trabajo fue realizado en el marco del convenio CFI-CEPAL por un equipo integrado por ambas instituciones y coordinado principalmente por Graciela Gutman (CFI), quien redactó la introducción global y las conclusiones. Los primeros capítulos tuvieron como responsables principales a Francisco Gatto (CEPAL) y Gabriel Yoguel (CFI); el capítulo sobre aspectos sociales a Aída Quintar (CEPAL) y el capítulo destinado a la evaluación fiscal a Gabriel Yoguel (CFI) y Gabriel Bezchinsky (CFI), quien a lo largo de toda la investigación se desempeñó como ayudante de investigación.

El equipo de trabajo agradece la colaboración y estímulo recibido en La Rioja de muchas personas, funcionarios públicos y empresariales, especialmente de S.M. de D'Alessio, Bernardo Lischinsky, Antonio Domingo y Pedro Nowakowsky.

Asimismo, agradecemos los comentarios recibidos en los seminarios organizados en el CFI y la CEPAL, los aportes de Daniel Azpiazu y Jorge Katz y la colaboración de Angela Riggón.

CAPÍTULO I: INTRODUCCION Y ALCANCES DEL TRABAJO

1. Introducción

El proceso de desconcentración espacial de la industria, impulsado por la implementación de los regímenes de promoción sectoriales y regionales durante los últimos años dió lugar, entre otros efectos, a un reordenamiento de las actividades productivas manufactureras, que incidió directa e indirectamente en la evolución de las economías regionales y en su organización social. ^{1/}

Gran parte de las nuevas localizaciones de plantas industriales se concretaron en centros urbanos de provincias caracterizadas por cierto grado de atraso relativo de sus estructuras productivas y por una población activa cuya principal actividad económica -hasta que se produce la radicación industrial- se centraba en el sector terciario (servicios y comercio) y en actividades vinculadas al sector agropecuario (agroindustrias de alimentos y bebidas). Por otra parte, muchas de estas provincias habían sido tradicionalmente expulsoras de población activa, la que se trasladaba a la zona metropolitana en busca de empleo. ^{2/}

Desde los años sesenta, distintos factores económicos, sociales y políticos sustentaron el

1/ En este trabajo, se utiliza la categoría "provincia o jurisdicción" como unidad de análisis. La elección de esta unidad se funda en que el concepto de región implica una construcción teórica que no se ajusta necesariamente a los límites que impone la división político administrativa del país y que fue la utilizada en la implementación de la ley nacional de promoción económica de la Rioja.

^Para un estudio de las transformaciones espaciales de la industria ver, entre otros, Gatto F., Gutman G. y Yoguel G. "Reestructuración industrial en la Argentina y sus efectos regionales". Programa PRIDRE, CFI-CEPAL, Documento de Trabajo N° 14, 1987.

2/ Véase, Quintar, A. y Gatto, F. "Despoblamiento rural y cambios recientes en el proceso de urbanización regional". CEPAL, Documento de Trabajo N°. 25, Buenos Aires, 1987.

accionar de los gobiernos de las provincias más rezagadas para demandar a la administración nacional beneficios especiales que atrajeran inversiones productivas y permitiera dar respuesta a las crecientes presiones locales. Como primera respuesta política y económica a esta demanda, que expresaba la evolución espacial desigual del país, se sancionaron los decretos 5338/63 y 3113/64 y años después la ley 18587/70. En algunos casos el gobierno nacional también enfrentó la crisis de las economías regionales con regímenes especiales (ie: Operativo Tucumán, leyes 18202/69 y 19614/72) o instrumentó programas específicos para áreas de interés político (ie: Area Aduanera Especial de Tierra del Fuego, ley 19640/72).

^{3/} En 1973 el Gobierno Nacional revisa y modifica casi completamente el sistema de promoción industrial sancionando a través de la ley 20560/73 un nuevo esquema de incentivos y beneficiarios. Este cuerpo legal es instrumentado en un amplio conjunto de decretos reglamentarios entre los cuales se destaca, a los fines de este estudio, el decreto 893/74 que conforma el Acta de Reparación Histórica para las provincias de Catamarca, La Rioja y San Luis. Este cuerpo legal es modificado en 1977 con la promulgación de la ley 21608 y, junto con los decretos reglamentarios, constituye en la actualidad (principios de 1988) ^{4/} la norma técnica básica del sistema de incentivos a la actividad manufacturera que atiende a objetivos de tipo espacial-regional.

A pesar de la existencia de este sistema nacional y como respuesta a una acción puntual de la provincia de La Rioja -desfavorecida relativamente en el

^{3/} Para un detallado análisis de las leyes de promoción en Argentina vease: CFI (1986) "Evaluación de los regímenes de promoción industrial", mimeo; F. Herrero (1965) "Aspectos legales de la promoción industrial en la Argentina". Instituto Di Tella.

^{4/} Desde hace dos años por lo menos se está analizando la implementación de un nuevo sistema de promoción que toma en consideración los cambios económicos, tecnológicos, fiscales, espaciales, etc. que tuvieron lugar en el último decenio. Los diferentes puntos de vista regionales, políticos e institucionales han dificultado lograr consenso en torno de una normativa básica que satisfaga los diversos criterios e intereses en juego.

esquema global ^{5/} y que enfrentaba una situación económica y social crítica- el gobierno nacional sancionó la ley 22021/79 ^{6/} que otorgó beneficios especiales a las empresas e inversores que radicasen actividades industriales en la provincia, a la vez que descentralizó hacia el gobierno provincial la autoridad de aplicación de la ley. Este esquema fué posteriormente extendido a las otras dos provincias incluidas en el Acta de Reparación Histórica y finalmente se incluyó a la provincia de San Juan por su ubicación limítrofe con las provincias beneficiarias.

La idea global de este estudio es avanzar en la comprensión de los múltiples aspectos que están presentes en el proceso de promoción, con el propósito de generar elementos de diagnóstico que puedan ser utilizados a fin de mejorar los resultados de la norma e instrumentos específicos.

Es importante señalar al respecto que la política de desarrollo regional no puede limitarse a una ley de promoción industrial. La problemática del desarrollo espacial abarca una amplia gama de aspectos que no se reducen ni en el plano conceptual ni en el plano técnico a una política industrial. En tal sentido, las propuestas de promoción deben considerarse sólo como un aspecto de la política regional y enmarcarse en la estrategia nacional que se adopte para impulsar un mayor desarrollo en las áreas atrasadas. Suponer que la promoción industrial por sí puede alterar sustantivamente una situación de postergación estructural implica menospreciar la complejidad del problema del desarrollo.

5/ Si bien las provincias con menor desarrollo relativo están discriminadas positivamente en materia de beneficios e incentivos, éstos no parecen haber sido de suficiente entidad como para movilizar una cantidad significativa de recursos hacia las áreas más pobres. En el caso particular de La Rioja, durante los primeros ocho años de funcionamiento de este régimen sólo un establecimiento industrial solicitó beneficios promocionales y finalmente no concretó la inversión.

6/ La ley 22021 es una norma de promoción económica más amplia que incluye beneficios para las actividades agropecuarias.

En este sentido se abren rápidamente diversas líneas posibles de trabajo y de indagación cuando se intenta comenzar a evaluar los impactos de la política aplicada.

¿Qué efectos tuvieron estas leyes en el desarrollo económico y social del país y de cada provincia en particular? ¿Respondieron a un proyecto de planificación regional previa? ¿Qué tipo de perfil industrial se induce a partir de ellas? ¿Se articularon con estrategias de desarrollo industrial a nivel nacional? ¿En que medida facilitaron el proceso de crecimiento empresarial? ¿Cuál es el grado de participación e inserción de las fuerzas económicas locales? ¿Pueden considerarse como parte de un plan de modernización económico y social? ¿Cuál es el costo social de la aplicación de la política? ¿Hay estrategias alternativas? Estos interrogantes, a los que podrían sumarse muchos otros, dan idea de la complejidad de cuestiones que involucra la evaluación de los efectos económicos y sociales de la promoción industrial en el contexto regional.

Al respecto interesa presentar algunas consideraciones generales:

. Los regímenes de promoción y sus consecuencias no tienen el mismo significado si se los considera desde una perspectiva nacional o desde un punto de vista circunscripto al ámbito provincial. Lo que en una perspectiva nacional puede resultar un dato de escasa significación (en términos, por ejemplo, de valor de producción, valor agregado, número de empleos generados), en la dimensión regional puede constituir un elemento sustancial para la comprensión de los cambios en la configuración de un nuevo perfil económico y social.

. La selección de áreas para la localización de industrias promocionadas respondió más a la capacidad de ciertos gobiernos provinciales de negociar la promulgación de regímenes complementarios a los sistemas nacionales de promoción, que a una decisión concertada o planificada tendiente a corregir disparidades regionales en el proceso de desarrollo económico y social.

. La relocalización de industrias en el interior del país, si bien produce una desconcentración espacial de ciertas ramas industriales, no implica

necesariamente un proceso de descentralización del poder económico. Por el contrario, en algunos casos significó la posibilidad de subsidiar la expansión de grandes grupos económicos extrarregionales. En general fue una estrategia de recomposición financiera de corto y mediano plazo de las empresas para enfrentar la crisis en el marco de un creciente proceso de concentración del capital. ^{7/}

. La desconcentración espacial de la industria dió lugar en la gran mayoría de los casos a una división de la actividad del sector que retuvo en las áreas centrales las tareas vinculadas al poder de decisión económica como son las comerciales, administrativas y financieras, y las de investigación y desarrollo, mientras que derivó al interior parte de las actividades productivas generando nuevas modalidades de articulación entre éste y la metrópoli.

. Finalmente, el impacto del proceso de desconcentración industrial tuvo características específicas en las distintas provincias de acuerdo a sus desenvolvimientos históricos previos. Si bien, en términos generales, las industrias se radicaron en provincias de bajo desarrollo relativo, las características propias de cada una de ellas configuraron perfiles económicos y sociales diferentes que incidieron en los efectos de la política económica implementada.

2. Antecedentes y objetivos del estudio

El estudio que se presenta forma parte de la segunda etapa de la investigación sobre el reciente proceso de industrialización en la provincia de La Rioja, realizado dentro del programa de investigaciones CFI-CEPAL "Perspectivas de reindustrialización

^{7/} Ver Azpiazu, D.: "La promoción industrial en la Argentina, 1973 - 1984. Efectos e implicancias estructurales", CEPAL, Documento de trabajo N° 19, 1986.

Azpiazu, D.: "Características e impacto de la promoción industrial en la Argentina", OEA, 1987.
Gatto F., Gutman G., Yoguel G.: "Reestructuración industrial en la Argentina y sus efectos regionales", Programa PRIDRE, CFI - CEPAL, Documento de Trabajo N° 14, 1987.

y sus determinaciones regionales" (PRIDRE). La primera etapa consistió en un análisis intercensal sobre las características del desarrollo industrial riojano en la última década y media, y la incidencia de las políticas de promoción implementadas en el período en la conformación de la nueva estructura industrial de la provincia. El diagnóstico realizado fue presentado en la serie de publicaciones PRIDRE. ^{8/}

Entre sus principales conclusiones, se resaltan las profundas transformaciones ocurridas en el período en la industria de la provincia. Partiendo de una estructura industrial débil a comienzos de los 70', poco diversificada y escasamente integrada al mercado nacional, con predominio de plantas chicas y medianas de bajos niveles de productividad, la política promocional puesta en marcha a través de la ley 22021 de 1979 motorizó cambios de gran significación. Estos se ponen en evidencia al constatar por ejemplo que entre 1973 y 1984 el empleo industrial se triplicó y la producción creció casi siete veces.

Como resultado de este proceso, la estructura industrial se diversificó, y se complejizó la trama económica y social de la provincia. Las nuevas actividades fueron emprendidas en su mayoría por empresas multiplantas pertenecientes a capitales extrarregionales, y los establecimientos promocionados desarrollaron hasta el momento bajos niveles de articulación con el medio local.

En esta segunda parte de la investigación se abordan un conjunto de aspectos con el propósito de avanzar en la comprensión de las diversas estrategias de acumulación y localización de las empresas promocionadas y del impacto económico y social de las nuevas actividades. Al mismo tiempo se aportan elementos de interés para la discusión acerca de la eficacia y eficiencia de los instrumentos de política utilizados en términos del desarrollo de la provincia y de la política industrial nacional.

8/ Yoguel G., Gatto F., Gutman G.: "Crecimiento industrial y políticas públicas. El impacto de la promoción industrial en la provincia de La Rioja" Documento de Trabajo N° 12, CFI-CEPAL, septiembre de 1987. En el Anexo 4 se transcriben las conclusiones del estudio citado.

Los temas centrales que han guiado el trabajo, que de ninguna manera agotan el vasto campo temático que surge de la problemática del desarrollo regional en relación a los instrumentos de política económica implementados, han sido los siguientes:

- a) La importancia de las políticas promocionales en la estrategia de recomposición empresarial en una etapa de crisis y reestructuración del aparato productivo. En este aspecto, resulta de sumo interés discutir el impacto de la promoción en la capacidad de acumulación de las empresas en el mediano y largo plazo, así como sus efectos sobre, entre otros, las condiciones de competencia y desarrollo empresarial, la organización del proceso productivo, la formación de capital, las tasas de ganancia alcanzadas, las condiciones diferenciales de productividad logradas a través del acceso a tecnologías modernas. Al analizar estos aspectos de la promoción, resulta importante tener presente que este régimen es aplicado en un contexto de fuerte estancamiento de la producción industrial y no en un marco de expansión como ocurrió a comienzos de los años sesenta.
- b) La importancia de la promoción industrial como instrumento de desarrollo de la provincia. Los temas de interés han sido varios. En particular, se estudia el impacto de la promoción sobre la generación y calificación del empleo y sobre los cambios en el mercado de trabajo y en la organización de los trabajadores; el desarrollo de nuevas tramas interindustriales como consecuencia de la radicación de las nuevas actividades; el crecimiento de sectores no industriales inducidos por los efectos indirectos del gasto de las familias y de las empresas; la oferta de infraestructura social (transporte, vivienda) frente al rápido aumento en la demanda de estos servicios; y en general, la complejización de la estructura económica, social y política de la provincia. De suma importancia resulta la discusión de estos aspectos en relación a las condiciones y posibilidades para la consolidación del proceso de industrialización en la provincia y como definición y contribución a un estilo de desarrollo.
- c) Los costos y beneficios públicos y privados derivados de la instrumentación de la política promocional. En este sentido, se trató de

realizar una primer estimación acerca del monto de recursos fiscales aplicados, sus efectos en términos de las firmas, y su magnitud macroeconómica local y nacional.

La investigación en esta segunda etapa del trabajo de campo se sustentó en:

- i) Una encuesta realizada mediante entrevistas a un conjunto seleccionado de empresas de la Provincia, la que incluyó visitas a las plantas industriales.
- ii) Entrevistas a cámaras empresariales, organizaciones gremiales y sindicatos.
- iii) Entrevistas a autoridades y funcionarios locales responsables de la ejecución y supervisión de la política de promoción.

Tanto en la selección definitiva de la muestra como en la realización de la encuesta a las empresas se contó con el asesoramiento permanente y el apoyo logístico de funcionarios de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Provincia y la valiosa participación de técnicos de la Dirección de Industria Provincial y de la agencia local del Centro ATI a quienes expresamos nuestro reconocimiento. Este agradecimiento es extensivo a las empresas encuestadas, las que mostraron en todo momento, a través de los gerentes de planta, una amplia predisposición para brindar apoyo a la investigación.

3. Aspectos metodológicos: selección de las empresas y características de la encuesta.

Sobre un total de 124 establecimientos promocionados existentes en 1984, relevados en el primer estudio, que alcanzaron una muy elevada participación en las variables significativas de la estructura industrial provincial de ese año, se seleccionaron 55 empresas.^{9/} Los criterios de selección fueron escogidos para conformar una muestra representativa de empresas promocionadas en relación con las siguientes variables: tipo de actividad (rama industrial a cinco dígitos); tamaño de los establecimientos; origen del capital; localización en la provincia.^{10/}

Un listado de las firmas seleccionadas se presenta en el Anexo I. En el resto del trabajo las empresas no aparecen individualizadas por razones de confidencialidad de la información.

En el Cuadro 1 se presenta la distribución de las empresas promocionadas y las de la muestra por tamaño de los establecimientos y grupo industrial de actividad. Como puede observarse, las empresas escogidas representan un porcentaje significativo de la nueva estructura industrial de la provincia. Tomando en consideración la variable tamaño de los establecimientos, medido por la ocupación total que generan, se incluyeron todas las plantas promocionadas grandes -más de 200 ocupados, cinco plantas en total-; la mitad de las plantas medianas-grandes (entre 51 y 200 ocupados); más de la tercera parte de los establecimientos mediano-pequeños (con un tamaño de entre 16 y 50 ocupados) y un 14% de las plantas chicas (entre 6 y 15 ocupados).

9/ Estos 124 establecimientos representaron el 63% del personal ocupado en la industria provincial; el 74% de la mano de obra asalariada; el 89% del valor bruto de la producción; con sólo el 20% del total de los establecimientos industriales de la provincia. Ver Yogue G., Gatto F., Gutman G.: "CreCIMIENTO industrial y políticas públicas. El impacto de la promoción industrial en la provincia de La Rioja", Programa PRIDRE, CFI - CEPAL, Documento de Trabajo N° 12.=

10/ Se han considerado los establecimientos localizados en el parque industrial de la ciudad de La Rioja y en el interior de la provincia.

La cobertura de la muestra es significativa, concentrándose en las actividades en las que mayor peso tuvo la promoción (textiles, químicos, envases, impresión y maquinaria y equipo). En el Cuadro 2 puede observarse la representatividad de la muestra, por tamaño de planta, con relación al total de la industria de la provincia, tomando como variables la producción y la ocupación total. Tal como se desprende del mismo, la muestra recoge el 46% de la producción de la industria textil, el 24% de la producción de la industria metálica, el 14% de la química y el 12% de la industria del papel y cartón, disminuyendo el grado de captación en la industria alimenticia, sector en el que la presencia de empresas promocionadas es relativamente menor.

CUADRO 1: La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a empresas promocionadas. Representatividad de la muestra sobre el total de las plantas promocionadas. (En número de establecimientos)

TAMANO DE LA PLANTA	MICRO 1/		PEQUEÑO 2/		MEDIANO 1 3/		MEDIANO 2 4/		GRANDE 5/		TOTAL
	T.P.	6/ENC.	7/	T.P.	ENC.	T.P.	ENC.	T.P.	ENC.	T.P.	ENC.
DIVISION											
31 - Alimentos, bebidas y tabaco	1	-	11	-	6	1	4	2	2	2	24
32 - Textiles	-	-	4	1	16	9	16	7	1	1	37
34 - Papel y productos de papel	1	-	2	1	7	3	1	-	1	1	12
35 - Químicos y derivados del petróleo	-	-	6	2	10	5	4	4	-	-	20
36 - Minerales no metálicos	-	-	2	-	2	1	1	1	-	-	5
38 - Metálicos, maquinaria y equipo	-	-	4	2	17	9	4	2	1	1	26
TOTAL	2	-	29	6	58	28	30	16	5	5	124

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de información del C.E.H. '85 y de la encuesta realizada.

NOTAS:

- 1/ Micro: entre 1 y 5 ocupados
- 2/ Pequeños: entre 5 y 15 ocupados
- 3/ Mediano 1: entre 16 y 50 ocupados
- 4/ Mediano 2: entre 51 y 200 ocupados
- 5/ Grande: más de 200 ocupados
- 6/ Total de promocionados
- 7/ Encuestados

CUADRO 2: La Rioja. Encuesta CFI-CEPAL a empresas promocionadas. Distribución de la muestra, valor de producción y personal ocupado.
(En porcentajes)

TAMAÑO DE LAS PLANTAS	MICRO 1/		PEQUEÑO 2/		MEDIANO 3/		MEDIANO 2 4/		GRANDE 5/		TOTAL
	P.O.	V.P.	P.O.	V.P.	P.O.	V.P.	P.O.	V.P.	P.O.	V.P.	
DIVISION											
31 - Alimentos, bebidas y tabaco	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.3	3.5	1.1	13.5	2.9	17.5
32 - Textiles	0.0	0.0	0.3	1.2	9.4	14.4	24.5	25.0	7.2	5.0	45.7
34 - Papel y productos de papel	0.0	0.0	0.3	0.2	2.1	6.0	0.0	0.0	6.9	5.6	11.6
35 - Químicos y derivados del petróleo	0.2	0.0	0.9	1.0	3.4	4.5	9.1	8.6	0.0	0.0	13.5
38 - Metales, maquinaria y equipo	0.1	0.0	0.4	0.1	4.4	6.1	4.6	6.9	8.5	10.9	14.1
TOTAL	0.3	0.0	1.9	2.5	19.8	31.3	41.9	41.6	36.1	24.4	100.0

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de información del C.E.N. '85 y de la encuesta realizada

- NOTAS: 1/ Micro: entre 1 y 5 ocupados
 2/ Pequeños: entre 5 y 15 ocupados
 3/ Mediano 1: entre 16 y 50 ocupados
 4/ Mediano 2: entre 51 y 200 ocupados
 5/ Grande: más de 200 ocupados
 6/ Personal ocupado
 7/ Valor de producción

Se observa también, siguiendo la distribución de la industria por estratos de ocupación, que mas del 50% del valor de producción de la muestra en la industria textil y mas del 60% en la industria química corresponde a empresas ubicadas en el estrato de 51 a 200 ocupados (medianas 2). En la industria de papel y cartón el valor de producción de la muestra se ubica casi por igual en los estratos mediano 1 y grande. Por último, las grandes empresas alcanzan proporciones significativas del valor de producción de la muestra en las empresas de las industrias metálicas y alimenticias.

Con respecto al origen del capital de las empresas promocionadas, se incluyeron a todas las empresas transnacionales que se instalaron en el área, las que alcanzaron a cinco firmas. Asimismo se logró una adecuada representación de los capitales locales, basicamente empresas agroindustriales. El resto, es decir, la gran mayoría de las empresas encuestadas, están conformadas por capitales extra-regionales.

Si bien un elevado número de empresas que se acogieron al régimen de promoción que implementó la provincia se instalaron en el parque industrial de la ciudad de La Rioja, la muestra tomó en cuenta un conjunto de firmas que se localizaron en Chilecito, Chamental y Aimogasta, así como en la ciudad de La Rioja, fuera del parque. En total se incluyeron seis empresas del interior de la provincia. En general se trata de agroindustrias procesadoras de materia prima local instaladas con anterioridad al régimen de promoción y que posteriormente se acogieron al mismo (caso de las aceituneras y de las bodegas), aunque

hay algunas localizaciones en el interior que no responden a este patrón. ^{11/}

El grado de aceptación de la encuesta fue en general altamente favorable. Sobre el listado confeccionado, se registraron sólo nueve plantas en las que la encuesta no pudo realizarse, debido a la ausencia en el lugar del responsable de la planta o, como en el caso de las empresas de Chilecito, por imposibilidad del equipo encuestador de efectuar las entrevistas en el plazo estipulado. En todos los demás casos, los responsables de las plantas (en su mayoría gerentes o responsables de producción) mantuvieron entrevistas de dos horas como promedio, respondiendo al cuestionario planteado. Como consecuencia de lo anterior, la muestra quedó definitivamente conformada por 46 empresas.

La encuesta realizada se basó en un cuestionario guía confeccionado previamente. El propósito de este formulario, copia del cual se presenta en este informe (Anexo II), fue el de servir como ordenador de los temas que se esperaban desarrollar con la firma, y no como un cuestionario rígido. Ello obedeció a la naturaleza de la entrevista, en la que se hizo énfasis en aspectos cualitativos y de estrategia económica de las empresas. Para la elaboración del cuestionario se tomaron en cuenta tanto las características de la producción industrial riojana y el tipo de promoción allí implementada,

11/ Sólo 38 de las 124 empresas industriales promocionadas hasta 1984 se ubicaban fuera de la capital: 22 en Chilecito, 11 en Arauco, 3 en Gobernador Gordillo, 1 en Castro Barros y 1 en Sanagasta. Mientras que en Chilecito la mayoría de estas empresas se dedican a la elaboración de vinos y otros alimentos (13 son bodegas y viñedos, 2 fabrican varios productos alimenticios, y el resto se dedican a actividades diversas), en Arauco la actividad promocionada principal (casi ~~excluyente~~) es la producción de aceitunas en conserva y encurtidos en general; 10 de las 11 empresas se dedican a esta rama de actividad. En Chamental, la localización no parece responder a cuestiones relacionadas con la existencia de recursos naturales: existen allí una bodega, una planta textil y una metalúrgica acogidas al régimen de promoción.

como los resultados de experiencias recientes de encuestas a empresas promocionadas. ^{12/}

El formulario consta de cinco partes. En la primera se recaba información general sobre la planta instalada en La Rioja y la empresa a la que pertenece. La segunda parte aborda la problemática de las inversiones, la tecnología adoptada por la empresa, y los problemas que se visualizan con relación al parque industrial. En la tercera parte se hace hincapié en la producción de la planta y en los mercados en los que actúa, mientras que la cuarta parte del cuestionario está dirigida a indagar sobre el tema de las materias primas y servicios utilizados por las plantas. Finalmente, la última sección se refiere a la mano de obra, en varios aspectos que hacen al proceso de trabajo en sí y al mercado de trabajo local.

Los formularios de la encuesta fueron posteriormente revisados (análisis de calidad y consistencia de las respuestas), codificados y procesados.

Los resultados del estudio se desarrollan en los capítulos siguientes.

El Capítulo II presenta una descripción de un conjunto escogido de características de las empresas promocionadas, vinculadas al origen de los capitales, la reorganización espacial de las firmas y las relaciones comerciales intrafirmas. Se discuten, asimismo, algunos impactos económicos en el mercado provincial.

En el Capítulo III se analizan las inversiones realizadas en la provincia por las empresas promocionadas, con especial atención a los aspectos tecnológicos y a las estrategias de modernización de las firmas.

Algunos efectos de la promoción sobre las condiciones sociales de la provincia son abordados en el Capítulo IV. En él se estudia el desarrollo de la infraestructura social y la evolución del empleo, los

12/ Ver: IAD "Industrialización y desarrollo regional en Argentina. Estudio de caso: Tucumán", Berlín, noviembre de 1985.

BANADE "Evaluación de políticas de promoción industrial", Buenos Aires, 1983.

cambios en la estructura de la ocupación y en el mercado de trabajo y los impactos de las nuevas actividades en las organizaciones sindicales.

Una estimación del costo fiscal implícito en la promoción industrial de La Rioja se desarrolla en el Capítulo V, en el que se discuten asimismo distintos criterios de evaluación de la promoción. Por último, en el Capítulo VI se presenta la síntesis de los resultados del estudio y una discusión acerca de posibles políticas industriales para la provincia.

CAPITULO II: LAS EMPRESAS Y PLANTAS INDUSTRIALES PROMOCIONADAS. ALGUNOS RASGOS DESCRIPTIVOS.

En este capítulo se aborda el estudio de las empresas beneficiarias, con el propósito de describir algunos aspectos económicos y de funcionamiento productivo de las firmas industriales radicadas, a fin de obtener una mejor caracterización de los diferentes tipos de empresas manufactureras que se han acogido a los beneficios promocionales. En particular interesa indagar respecto de la estrategia de localización de las firmas y de las relaciones que se entablan entre plantas de una misma empresa y entre éstas y la economía provincial.

El interés en profundizar en estos temas de la operatoria productiva de las firmas atiende al propósito de estudiar las distintas maneras en que el sistema de promoción fue tomado en cuenta por las empresas en el marco de sus estrategias de supervivencia y/o consolidación y expansión. Junto con los análisis acerca de la inversión promocionada, que se desarrollan en el capítulo siguiente, los estudios sobre las decisiones locacionales de las firmas resultan de especial importancia para evaluar las condiciones de arraigo y futura permanencia de las empresas en la provincia y, por consiguiente, para proporcionar elementos de diagnóstico que permitan una adecuada articulación de políticas industriales provinciales con miras a la consolidación del incipiente proceso de industrialización alcanzado en la región.

Este capítulo está organizado en secciones cortas e interrelacionadas que examinan aspectos y elementos específicos de la actividad productiva de las firmas.

1. Origen geográfico de las empresas promocionadas, organización jurídica y objetivos de localización.

La gran mayoría de las empresas de la muestra coinciden en tres atributos en relación con los aspectos de origen geográfico, organización jurídica y objetivos: las empresas son de origen extraprovincial, están organizadas como sociedades anónimas y la principal sino la única justificación de su localización en la provincia es la posibilidad de mejorar

considerablemente la rentabilidad vía la reducción de costos -o incremento de los beneficios- derivados de la desgravación fiscal de sus inversiones y operaciones corrientes.

El análisis del origen geográfico del capital empresario o de la empresa matriz indica que más del 75% de las firmas -medido en términos del número de empresas- son de origen bonaerense, con plantas industriales en la Capital Federal o el Gran Buenos Aires. En segundo orden de importancia se registra la presencia de empresas provenientes de Córdoba y Tucumán. Las empresas locales industriales acogidas al régimen de promoción constituyen un número pequeño y están orientadas principalmente hacia actividades agroindustriales o hacia ramas metálicas simples. 13/

Un aspecto que se destaca nitidamente al analizar el origen geográfico y empresarial de las plantas radicadas en la provincia es que la gran mayoría (más del 90% de los casos) existían con anterioridad a su radicación. Dicho en otras palabras, la evidencia recogida en la muestra indicaría que no hubo creación de firmas nuevas en un sentido "económico" 14/, es decir la aparición y desarrollo de nuevos agentes económicos. Esto no significa que no se realicen nuevas actividades o procesos industriales, o que las plantas radicadas no constituyan emprendimientos económicos completamente nuevos; lo que se advierte es que los mecanismos de promoción y el sistema de incentivos fue especialmente atractivo para empresas ya existentes, no siendo eficaces para potenciar la aparición de nuevos agentes. Desde esta perspectiva, el proceso de industrialización gestado en La Rioja por el sistema

13/ El peso de las empresas de origen local se incrementa considerablemente cuando se incluyen las actividades promocionadas del sector agropecuario.

14/ En muchos casos se ha observado que legalmente las empresas radicadas en la Provincia constituyen organizaciones jurídicas nuevas, con "razón social" diferente a la de los principales accionistas. Sin embargo, son muy limitados los casos donde esta situación responde exactamente a la conformación de una empresa diferente a la existente y propietaria del paquete accionario. Las razones que justifican esta situación son de muy diversa índole y no han sido examinadas.

promocional debería conceptualizarse como un proceso de descentralización geográfica de actividades manufactureras con marcada dependencia extralocal. Esta apreciación no debe ser interpretada como una crítica valorativa sino como un elemento sustantivo y constitutivo del aparato manufacturero que se está gestando, que podría acotar y direccionar, en distintos sentidos, el proceso de industrialización provincial futuro. ^{15/}

Un dato relevante al respecto surgió del análisis realizado sobre el número de plantas industriales que poseían en el país las empresas promocionadas, su ubicación geográfica y la importancia relativa asignada a la planta en La Rioja. Sobre el total de 46 establecimientos encuestados en 38 casos se verificó que el establecimiento en la provincia no era el único que poseía la empresa en la misma actividad industrial; es decir que la mayoría de las empresas estaban organizadas productivamente a través de un esquema de multiplantas. ^{16/} Las empresas uniplantas corresponden principalmente a firmas locales o a las pocas nuevas empresas productivas que pasaron de ser exclusivamente comercializa-

^{15/} En la literatura reciente se ha discutido largamente la diferencia entre programas para la creación de firmas y para descentralización geográfica, y el rol de las nuevas plantas como agentes movilizados y de cambio tecnológico.

Vease: M. Cross, "New firm Formation and Regional Development." Gower Pub., 1981, Hants, U.K.

A.T. Thwaites, "Technological change, mobile plants and regional development", Regional Studies, Vol.12, 1978.

D. Keeble y E. Wever, "New firms and Regional Development in Europe", Croom Helm 1986, Kent, UK.

^{16/} Evidencias recogidas en otros estudios realizados y confirmadas por los datos censales preliminares del año 1984, indicarían que durante los últimos quince años se ha iniciado y profundizado en la Argentina una tendencia a la fragmentación del proceso productivo en plantas industriales independientes. Esta situación, que tiene muchos antecedentes internacionales y razones variadas tanto tecnológicas como productivas, se potenció en la Argentina con los regímenes de promoción industrial.

doras de productos a productoras y distribuidoras de sus propias líneas de producción. ^{17/}

De acuerdo con la información recogida en la encuesta, las plantas localizadas en La Rioja tienen una importancia relativa alta en el conjunto de plantas industriales de las firmas promocionadas. Sobre un total de 46 respuestas, 27 casos respondieron que la planta manufacturera localizada en la provincia era importante en el marco de la estructura productiva de la empresa. En sólo 4 casos la respuesta obtenida es que la planta tiene un peso pequeño, mientras que se obtuvieron 11 respuestas que señalaron que la importancia relativa era intermedia. Ciertamente la respuesta recogida en la encuesta debe ser cuidadosamente interpretada ya que el significado y criterios de medición que determinó la "importancia relativa" pudo haber variado entre los entrevistados. ^{18/} Como se examinará en secciones próximas, la importancia relativa de la planta parece asociarse principalmente con el tipo de productos y procesos desarrollados en el establecimiento; es decir, con el tipo de establecimiento radicado por la firma: planta especializada, planta repetitiva,

^{17/} Se ha podido constatar la situación de un conjunto reducido de establecimientos industriales que pertenecen a empresas que antes no eran productoras, sino comercializadoras o importadoras.

^{18/} Como es obvio, la medición de la importancia relativa de una planta industrial en términos de la estructura productiva de una empresa puede realizarse de muchas maneras diferentes y arrojar resultados ambiguos. Así, por ejemplo, una planta con poco peso en el valor de producción de una empresa puede resultar fundamental o estratégica desde el punto de vista del producto o insumo que procesa. Similarmente, un establecimiento industrial intensivo en mano de obra o de producción masiva puede resultar significativo desde la perspectiva de su participación en las ventas o en el personal ocupado, pero simultáneamente puede ser poco importante desde el punto de vista tecnológico, o en relación con las nuevas actividades desarrolladas por la firma.

planta ensambladora, planta procesadora integrada a otros establecimientos, etc. ^{19/}

A los fines de este trabajo la caracterización de la planta industrial en términos de la empresa de pertenencia es relevante no sólo en relación con el poder "inductor de desarrollo" de esa planta hacia el resto de la economía provincial, sino en relación con su estabilidad de mediano y largo plazo y su potencialidad de crecimiento. Los estudios de casos de empresas multiplantas con localización diferenciada confirman la hipótesis de que esta forma de organización productiva determina una lógica de funcionamiento particular, donde las decisiones empresarias reconocen como elemento primario la operación económica de la firma y no la de cada planta industrial aisladamente. Como se verá más adelante, esta característica general de funcionamiento interdependiente afecta aspectos cruciales del desarrollo de cada establecimiento industrial, tales como, por ejemplo, los presupuestos de inversión, los programas de reducción de personal y los cierres de plantas. 1

Un aspecto que merece destacarse en relación con las actividades desarrolladas por las empresas en el área promocionada es que si bien la mayoría de las firmas -casi todas- cuenta con alguna oficina de administración en la provincia, todas las plantas industriales pertenecientes a capital extralocal poseen su administración central fuera de la localización en La Rioja. En cierto sentido, esta es una confirmación obvia, que no podría ser -ni tendría mayor sentido que fuese- de otra manera. Si el ámbito geográfico de estas empresas fue lo suficien-

19/ La información recogida no fue suficiente para establecer en las empresas multiplantas si el establecimiento de La Rioja era el único promocionado. Si este fuese el caso, la importancia económica de la planta sería mayor que su trascendencia productiva.

20/ R. Meegan y D. Massey, "The anatomy of job loss.", Methven, 1982, New York.
M. J. Healey, "Plant closures in multiplant enterprises.", Regional Studies, Vol. 16, 1982.
L.H. Klaassen y W. Molle, "Industrial mobility and Migration in the European Community", 1983, Gower, Albershot.

temente amplio como para radicar inversiones en la provincia sería casi absurdo pensar que la administración de dicho establecimiento podría circunscribirse al lugar de radicación. Por otra parte, si bien la localización de las funciones administrativas en La Rioja podría tener efectos positivos en materia de empleo, tipo de ocupación y calificación de mano de obra y efectos indirectos de demanda de servicios en el resto de la economía local, de ninguna manera podría pensarse que en el marco de una empresa multiplanta el solo hecho de la localización de la administración en un lugar determinado pueda asegurar un proceso y flujo más o menos continuo de inversión y expansión en esa localización. Después de todo, ninguna de las empresas promocionadas existía previamente en La Rioja y hacia mediados de 1987 la inversión comprometida y aprobada total superaba ya los 250 millones de dólares estadounidenses. Tal vez el tipo de argumentación que enfatiza la localización de las funciones de administración y dirección en la misma área de la actividad productiva sea más válida para los empresarios de capital local cuyo ámbito geográfico de decisiones económicas está más limitado espacialmente.

El análisis realizado de los establecimientos extralocales y de las relaciones funcionales y administrativas intraempresas permitió observar dos patrones organizativos predominantes. Por un lado, se constató que a mayores tamaños absolutos de inversión se verificaba una mayor descentralización productiva, económica y de dirección. En este tipo de situación se adopta un modelo típico de "filial-matriz" con canales formales de transferencia de información administrativa y supervisión periódica a partir del cumplimiento de metas y presupuestos. Por otro lado, y a medida que la inversión absoluta disminuye se observa un patrón de funcionamiento organizativo más típico de medianas empresas, cuasi familiares, con supervisión directa y un staff directivo en la provincia de jerarquía baja (ie: "el encargado de la fábrica") En contraposición con el primer modelo, en el segundo caso el grado de autonomía decisional es considerablemente menor, afectando, en los casos más extremos, hasta decisio-

nes pequeñas que podrían canalizarse "por caja chica". ^{21/}

El tipo de modelo organizativo desarrollado se vincula fuertemente con la historia y experiencia de la firma en operar con plantas industriales de localización geográfica marcadamente diferenciada. El desarrollo de actividades fuera de las zonas tradicionales de la empresa implica un proceso de ajuste y aprendizaje complejo, mas o menos largo, que se inicia con el mismo examen y decisión de la apertura de una nueva planta industrial en una región totalmente desconocida para la mayoría de los empresarios. Debe tenerse presente que más de la mitad de las empresas no tenía experiencia productiva fuera del lugar de radicación original. Un examen del proceso realizado por las firmas en la toma de decisiones, en el diseño de la planta, en la supervisión y dirección de la construcción y equipamiento del establecimiento, en la selección del personal y en el traslado de personal de otras plantas, en la organización productiva tanto en la faz eminentemente técnica (ie: quien se hace cargo del mantenimiento de los equipos) como de operación de la planta (ie: transporte de insumos, cantidad mínima en stock y planificación de producción y envío de los bienes finalizados, etc.) revela que durante un periodo relativamente largo (de 12 a 18 meses) se verifica un proceso complejo de adaptación de funcionamiento empresa-planta y de aprendizaje del medio local. Las empresas grandes afrontaron este proceso de una manera "burocrática" -en el buen sentido del término-, aprovechando experiencias pasadas (ie: localización en Tucumán durante el Operativo de Promoción Industrial de los años 69-70). En la mayoría de los casos, las empresas trasladaron personal de otras

21/ Estas diferencias de modelos organizativos se pusieron claramente de manifiesto durante las entrevistas realizadas. Mientras que en el primer caso (modelo filial-matriz) el personal entrevistado disponía en La Rioja de toda la información requerida -más allá de que nos fuera suministrada-, en el segundo caso (modelo mediana-familiar) era frecuente recibir respuesta del siguiente estilo: "... yo no conozco esos detalles...", "...esa información hay que pedirla a Buenos Aires...", "... no sabría decirle ...", "... esos datos aquí no los tenemos...", "... no esta la gente de Buenos Aires para responderle...", "... voy a preguntar si se lo podemos dar ...", etc.

X plantas durante todo el periodo de puesta en marcha y primeras etapas de producción, resultando una experiencia compleja y costosa. De todas maneras, la potencia de los incentivos fiscales más que compensó los costos extraordinarios en que podrían incurrir en las etapas previas y de comienzo de la producción.

2. Reorganización espacial de las firmas

En esta sección discutimos las formas que asumió la instalación en la provincia de las plantas de empresas promocionadas en relación a las actividades emprendidas (nuevas líneas de producción, traslado productivo) y al impacto sobre los restantes establecimientos de la empresa.

Como se señaló en el punto anterior, la mayoría de las empresas que se acogió a los beneficios promocionales no poseía -con anterioridad al regimen- ninguna planta industrial en la provincia de La Rioja. Esta situación determinó la necesidad de crear una nueva planta industrial y la elaboración de un nuevo esquema de funcionamiento productivo en varias áreas de la producción, especialmente en lo referido a la distribución espacial de funciones.

El proceso de reestructuración productiva realizado por las firmas tiene una crucial importancia para comprender el funcionamiento del sistema de promoción, para examinar la estructura industrial que se está induciendo y para analizar sus perspectivas futuras. La reorganización espacial de la firma cobra, de este modo, singular importancia desde la perspectiva de las características del aparato industrial resultante y establece los límites y potencialidades del desarrollo industrial futuro, no tanto desde la perspectiva del número de establecimientos manufactureros sino desde la óptica de la estructuración y articulación económica, los encadenamientos productivos, la capacidad endógena de

desarrollo, la potenciación tecnológica, etc. 22/ Dicho en otras palabras, la forma en que las firmas industriales utilizan el sistema de promoción determina a la vez cuales son las bases productivas y económicas de funcionamiento y los posibles senderos futuros del aparato industrial que se está gestando.

Esta apreciación sobre la direccionalidad de la relación entre firma industrial/estructura manufacturera justificaría realizar un cuidadoso examen del proceso de reestructuración productivo y espacial de las firmas promocionadas en La Rioja. Los siguientes comentarios son sólo una aproximación inicial al tema.

Con excepción de las plantas con localización previa en La Rioja, la mayoría de los restantes establecimientos industriales realizan un conjunto de actividades productivas nuevas y actividades de traslado, es decir actividades que se realizaban en otros establecimientos con anterioridad. 23/ Sólo 4 establecimientos realizan exclusivamente actividades productivas nuevas a nivel de la firma, mientras que en 15 casos se realizan exclusivamente actividades de traslado, debiendo destacarse que dentro de este ultimo grupo se detectaron 4 firmas que practicamente trasladaron toda su actividad productiva a la

22/ En el capítulo siguiente se analiza esta problemática vista desde el ángulo provincial. Para una discusión global sobre el tema véase:

F. Hamilton y G. Linge, "Regional economies and Industrial Systems", y A. Sayer, "Theoretical problems in the analysis of technological change and regional development", en F. Hamilton y G. Linge (ed), "Spatial Analysis, Industry and Industrial Environment", J. Wiley and Sons Ltd., 1983, U.K.

23/ En general se aprecia que existe una tendencia a negar o relativizar al máximo la importancia relativa de las actividades de traslado en el mix de producción de las firmas en la provincia. Ello permitiría pensar que hubo una subestimación de los traslados en los registros de la encuesta realizada. La razón de esto es estrictamente fiscal. Sin perjuicio de las apreciaciones que se puedan realizar en este sentido, que deberían superar la cuenta simplista entre traslado de actividades y costo fiscal no percibido, sería aconsejable profundizar el examen de los efectos que de esta situación se derivan para el crecimiento de un sector industrial riojano.

provincia. El resto realiza actividades nuevas y anteriores, sobresaliendo un pequeño subgrupo de 5 establecimientos que concentran en la provincia todas las actividades productivas antiguas de la empresa más algunas nuevas líneas productivas.

Dada la diversidad de ramas y empresas que componen la muestra, resulta difícil y muy riesgoso construir una tipología de situaciones, si bien es posible establecer algunas características predominantes. En primer lugar, resulta claro que algunas firmas optaron por un esquema de funcionamiento productivo de plantas especializadas, con roles diferentes; es decir, fragmentaron el proceso productivo o la producción de la planta matriz o de otras plantas, trasladando a La Rioja algunas líneas de producción o actividades. Es también muy evidente que la fragmentación realizada se vincula estrictamente con las características de los procesos de transformación y producción que se realizan en cada caso. Hay procesos productivos que en sí mismos constituyen una unidad (tintorería textil) y hay otros que son una etapa de un proceso más largo y que puede tener independencia productiva y espacial (cosmética, ensamblajes). En las actividades de tipo continuo (hilanderías, tejedurías) se observa que se han trasladado a La Rioja líneas completas de producción de lotes grandes, relativamente estandarizadas y reequipadas tecnológicamente con los beneficios promocionales. En las actividades de tipo discontinuo (confecciones, partes y elementos para la industria automotriz, artículos del hogar) se observan dos situaciones. Por un lado, el traslado de líneas incompletas de producción, adjudicando a la planta industrial en La Rioja una parte del proceso productivo. Si bien por razones de beneficios fiscales (exención del IVA compra y venta) lo más conveniente es la radicación de etapas finales -y son la mayoría- también se han observado casos de procesos intermedios. La segunda situación preponderante es el traslado o desarrollo de nuevas líneas cuasi-completas, generalmente producciones experimentadas en la planta matriz, sin mayores complejidades técnicas. Este es un caso más o menos común en las empresas que tenían capacidad de expandir el volumen de producción y que replicaron líneas en la nueva planta industrial.

En contrapartida, en las plantas localizadas en los lugares de origen se han quedado los procesos más complejos, los trabajos a pedido y todas las actividades no estrictamente productivas (ie: