

---

# APORTES y Transferencias

---



Año 11

Volumen 1

2007

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación  
Instituto de Investigaciones  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cendocu@mdp.edu.ar  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

## **INICIATIVAS DE DESARROLLO LOCAL Y FOMENTO DEL CLUSTER TURÍSTICO**

Cristina Varisco

*cvarisco@mdp.edu.ar*

### **Resumen**

El concepto de cluster turístico se refiere al conjunto de empresas e instituciones que a partir de la puesta en valor de los recursos turísticos interactúan en los destinos para satisfacer la demanda. Se entiende por fomento del cluster turístico las acciones de intervención pública o privada, que se implementan para mejorar su crecimiento, lograr una mayor competitividad y generar empleo, de forma tal que los beneficios económicos de la actividad se reviertan en la comunidad local.

El artículo presenta una propuesta de actividades de fomento considerando estas actuaciones como específicas, respecto del más amplio contexto de la planificación turística. El trabajo pone énfasis en la importancia de los liderazgos compartidos y en el carácter procesal del desarrollo local.

### **Palabras clave:**

Cluster Turístico – Sistema Productivo Local – Desarrollo Local – Fomento

***PROMOTION AND ENCOURAGEMENT OF THE TOURISTIC CLUSTER***

*Cristina Varisco*

***Abstract***

*The concept of touristic cluster refers to the set of enterprises and institutions that interact in different destinations in order to foster touristic resources according to the demand. Encouragement of touristic cluster is understood as the actions of public or private intervention that are carried out so as to improve its growth, achieve a greater level of competitiveness and generate work, in such a way that the economic benefits of the activity can affect the local community positively.*

*The contribution presents a proposal of activities for encouragement and considers them as specific in connection with the widest context of touristic planning. The article emphasises the importance of shared leaderships and the procedural character of local development.*

***Key words:***

*touristic cluster - local productive system - local development - encouragement*

## **INICIATIVAS DE DESARROLLO LOCAL Y FOMENTO DEL CLUSTER TURÍSTICO**

### **Introducción**

El concepto de cluster se utiliza para analizar la aglomeración de empresas e instituciones, que en un espacio geográfico determinado se relacionan en base a la producción de bienes y servicios (Porter, 1999). En la actividad turística, se ha difundido este concepto debido a que resulta muy útil para analizar el conjunto de empresas que prestan servicios en torno a los atractivos turísticos, y la relación de éstas con las instituciones del sector público y privado que integran la superestructura.

En términos generales, estos agrupamientos generan economías de escala, permitiendo que empresas de pequeña y mediana estructura (P.y.M.E.S.) puedan operar en conjunto con algunas de las ventajas de las empresas de mayor tamaño, manteniendo la flexibilidad y la autonomía. También se entiende que la cercanía espacial y sociocultural facilita la generación y difusión de innovaciones y favorece la existencia de un mercado laboral especializado. Dentro del cluster, las relaciones de competencia y colaboración se traducen en una dinámica que favorece la competitividad del conjunto.

Los conceptos de cluster y sistema productivo local toman fuerza como categorías analíticas a partir del estudio de caso, en especial, de los distritos industriales italianos, agrupaciones de P.y.M.E.S.. altamente eficientes. El caso italiano resulta paradigmático por su alta participación en la economía y por la capacidad que han desarrollado a través del tiempo para adaptarse al contexto económico globalizado. Existe coincidencia en analizar el éxito de los distritos industriales italianos en relación a su flexibilidad, la introducción constante de innovaciones en el sistema, así como también la capacidad para actuar en forma asociativa formando redes de empresas e instituciones. A partir de estos antecedentes que provienen en su mayoría de la actividad industrial, surge el interés por fomentar estas formas de organizar la producción en otros contextos.

La implementación de políticas de fomento de clusters, primero en los países desarrollados y en los últimos años a través de experiencias latinoamericanas, implican una intervención desde el sector público con el objetivo de mejorar el desempeño de los sistemas productivos. Estas intervenciones, además de vincularse a un proceso de redefinición del rol del estado, suponen considerar que es factible fomentar algunas condiciones que han hecho posible el éxito de las aglomeraciones de empresas, ya sea que este éxito se entienda en términos de competitividad o de contribución al desarrollo local.

En referencia a la actividad turística, considerar el fomento del cluster requiere analizar

la especificidad de las intervenciones respecto de la tradicional planificación turística, y replantear el rol de los actores sociales que deben desarrollar las actividades de fomento. Se entiende por fomento del cluster turístico, las acciones de intervención que tanto desde el sector público como del privado se implementan para mejorar su crecimiento, lograr una mayor competitividad y generar empleo, de forma tal que los beneficios económicos de la actividad reviertan en la comunidad local.

### **Los clusters turísticos: diferentes enfoques**

El concepto de cluster se ha generalizado en la actividad turística y entre los múltiples antecedentes que contemplan su uso, pueden distinguirse tres enfoques que inciden en las propuestas para su fomento: el cluster como producto turístico; el modelo del diamante de la competitividad; y el cluster como interrelación de actores sociales.

El primer enfoque, se basa en el uso del concepto de cluster turístico sin relación directa con la teoría que lo sustenta y sin más conceptualización que la referida a la definición del término. Dada la generalidad de este concepto, que se aplica perfectamente a la actividad turística en destinos consolidados, es frecuente encontrar antecedentes donde se menciona como equivalente a destino turístico o producto.

En estos casos, las propuestas de fomento del cluster que se plantean no difieren de la planificación turística tradicional y los objetivos de desarrollo de la actividad: incrementar la cantidad de turistas, superar problemas de estacionalidad, poner en valor recursos y productos, mejorar la calidad de los servicios, promocionar el destino, etc. En este enfoque, la responsabilidad casi exclusiva del fomento de la actividad, denominada ahora cluster turístico, recae sobre el sector público.

El segundo enfoque se observa en los estudios de cluster que aplican la teoría de Porter, y su modelo de competitividad. El análisis se centra en la adaptación del famoso diamante: las condiciones de la demanda turística; el análisis de los factores, donde se incluye el estudio de los recursos culturales y naturales y la infraestructura; la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas que prestan servicios; y los sectores de soporte y apoyo donde se analizan las instituciones del sector privado. Como en el modelo original propuesto en “La Ventaja Competitiva de las Naciones” Porter (1990) asigna un rol complementario al gobierno, éste se analiza con respecto a las funciones que cumple el organismo público de turismo.

Es muy frecuente el uso de este modelo para organizar los datos del diagnóstico de planes estratégicos, que en la medida que se conciben desde instancias participativas, incorporan la visión del sector privado. No obstante, la implementación de las estrategias, también recae sobre el sector público. Estos estudios pueden contemplar como objetivo general

el desarrollo local, pero la característica común radica en poner la competitividad del destino en un primer plano bajo el supuesto implícito de que una participación destacada en el mercado nacional o internacional, es condición suficiente para el desarrollo.

El tercer enfoque contempla el cluster turístico como categoría de análisis dentro de la teoría del desarrollo local, y esto supone considerar la competitividad del destino turístico una condición necesaria pero no suficiente para generar desarrollo. También implica analizar el cluster en relación a un conjunto amplio de interrelaciones, que en algunos casos excede el ámbito estrictamente económico por reconocer la influencia de factores sociales y culturales en la dinámica productiva.

Respecto de los actores, las actividades de fomento del cluster serán lideradas por el sector público y por el sector privado, preferentemente de modo coordinado, en relación directa a la consideración del desarrollo como una mejora en la calidad de vida de las personas que se da en un territorio por la capacidad de sus habitantes de liderar este proceso y aprovechar los recursos disponibles.

Dado que este es el enfoque en el que se encuadra el presente trabajo, se desarrolla a continuación una introducción respecto de las iniciativas de desarrollo local.

### **Iniciativas de Desarrollo Local**

El desarrollo local es un *proceso orientado* por la acción de los actores (Cavestany, 2000) que rara vez se presenta de manera espontánea en un territorio. Desde la perspectiva del desarrollo humano, este se sustenta en “*la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de autodependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado*” (Max-Neef, 1994:30).

Si bien la teoría del desarrollo local no tiene una estructura monolítica, y admite una variedad de enfoques, su corriente latinoamericana pone el énfasis en los procesos endógenos referidos a la capacidad de actores locales de definir un sendero de desarrollo, aprovechando las oportunidades externas e internas del territorio. Desde un punto de vista económico, la creación de un entorno productivo que favorezca este proceso, es el objetivo fundamental de las iniciativas de desarrollo.

Dada la importancia que tiene el funcionamiento empresarial, innovador y asociativo, pero descartando la visión neoclásica que consideraba factible el crecimiento equilibrado sin intervención del estado, el desarrollo económico local aparece como un proceso de

concertación de múltiples actores respecto de un sendero no lineal de crecimiento que se traduce en mejores condiciones de vida para la población local. Es por esto que las iniciativas de desarrollo local incluyen las políticas públicas relacionadas, pero con énfasis en el acuerdo entre sector público y privado, la necesidad de liderazgos compartidos, y la vinculación con el sistema de ciencia y educación.

Sergio Boisier considera entre los enfoques del desarrollo local, una visión que lo entiende como empoderamiento de la sociedad, es decir, un aumento de la capacidad para tomar decisiones a nivel local y en consecuencia, el desarrollo se plantea como un proceso determinado por la capacidad de organización social de los actores. En este sentido, asigna un rol destacado a las universidades en tanto pueden realizar aportes en materia de formación e investigación, pero también contribuir al cambio estructural de la economía y a la creación de estrategias de desarrollo local (Boisier, 2005). Obviamente, esta posibilidad requiere una fuerte vinculación entre la universidad y la sociedad, y una integración con el entorno productivo.

En coincidencia con la idea de que las iniciativas de desarrollo local implican la construcción de un poder local, Madoery (2001) analiza tres tipos de políticas: las de primera generación, que se caracterizan por el intento de mejorar el atractivo locacional de lo local (mejorar infraestructuras, captar inversiones, instalación de parques industriales, etc.); las de segunda generación, que pretenden mejorar la capacidad emprendedora y movilizar los recursos exógenos y endógenos disponibles; y las de tercera generación que se orientan a generar procesos de asociacionismo y de colaboración para el desarrollo. En un artículo más reciente, este autor analiza las políticas de desarrollo local en Argentina, en el período 1990 a 2002, caracterizadas como de primera generación, y concluye en la necesidad de avanzar hacia políticas que contemplen la competitividad territorial y el incentivo para la acción colectiva.

Más allá del análisis estrictamente económico, Madoery (2005) plantea la necesidad de recrear la idea de ciudadanía, a través de un espacio público de participación, que implica superar la actitud pasiva – demandante respecto del Estado-. La necesidad de un accionar conjunto para el logro del desarrollo no supone negar la existencia del conflicto social ni las relaciones de poder, implica la construcción de un proyecto político concertado en el contexto de las relaciones de fuerza y contradicciones sociales.

Al analizar las iniciativas de desarrollo local en los países desarrollados, Alburquerque (2004) considera como antecedente las iniciativas locales de empleo, surgidas en los años ochenta y las iniciativas locales de desarrollo empresarial. También pone énfasis en la importancia de considerar el desarrollo en términos de proceso, y no exclusivamente de resultados, ya que son las capacidades de iniciativa las que pueden explicar el desarrollo local.

En resumen, el desarrollo local es un proceso complejo que contempla múltiples dimensiones interrelacionadas. Desde un enfoque económico, las iniciativas de desarrollo local pretenden generar las condiciones para que el entorno territorial en el que desarrollan su actividad las empresas, facilite la innovación, la formación de redes de cooperación y el crecimiento. La concepción endógena del desarrollo local, supone entender el mismo como un proceso liderado por los actores locales, que tiene la finalidad de mejorar la calidad de vida y satisfacer de manera creciente las necesidades de la población. El rol del Estado en sus diferentes jurisdicciones es central para liderar el proceso de desarrollo, pero también se requiere de la actuación concertada de otros actores del sector privado, empresas y asociaciones, y la vinculación con el sistema educativo y de investigación.

### **Algunos antecedentes sobre iniciativas de cluster**

Según un estudio realizado por Sölvell, que contempló el análisis de 238 iniciativas de cluster, las condiciones de partida que definen la capacidad para atraer nuevas firmas son la presencia de una comunidad científica avanzada y un alto nivel de confianza. Se entiende por iniciativas de cluster los esfuerzos organizados por incrementar el crecimiento y la competitividad de un cluster en una región, involucrando a las firmas, al gobierno y a la comunidad científica (citado por Gálvez, 2005).

En el caso de los sistemas productivos locales de Brasil, el proyecto de desarrollo de distritos industriales propone una metodología de intervención en tres ejes. El primero se refiere a la dinámica de los distritos, y propone el trabajo de identificación de líderes, actividades para el involucramiento de los actores, mejorar la infraestructura, el acceso al crédito de las P.y.M.E.S. y generar iniciativas de perfeccionamiento. Un segundo eje se relaciona con el desarrollo empresarial, y promueve actividades que mejoren el sistema de producción, la eficiencia tecnológica, la calidad y la logística. El tercer eje se vincula con la información y acceso al mercado y promueve estudios de demanda, de competidores, y asesoramiento para la comercialización de los productos. El estudio contempla un análisis de los obstáculos que se debieron vencer en el proceso de fomento de los sistemas productivos locales, identificados a partir de conglomerados de aproximadamente 100 empresas, remarcando en primer término la complejidad relacionada a los intereses múltiples de los actores (Caporali y otros, 2006).

En el terreno de la actividad turística, el estudio mencionado de Alfonso Gálvez (2005) se basa en la encuesta realizada por Sölvell sobre iniciativas de cluster que incluye 6 iniciativas de clusters turísticos latinoamericanos. En las conclusiones se enfatiza en la importancia de los elementos intangibles en la implementación exitosa de acciones de fomento, tales como la existencia de una cultura local favorable al trabajo asociativo, la confianza de los actores y el sentido de pertenencia a la comunidad local. Si bien estos resultados son congruentes con los antecedentes que provienen de la economía industrial,

no se realizan propuestas respecto a cómo fomentar estos aspectos intangibles.

### **Fomento del cluster turístico: hacia los sistemas productivos**

La distinción entre cluster turístico como concepto general y sistema productivo local como un caso particular de cluster de miP.y.M.E.S., en el que se desarrolla una importante actividad de innovación, y existen vínculos de integración y asociación fuertes (Varisco, 2004) se relaciona con la hipótesis de que son las condiciones que caracterizan el sistema productivo las que favorecen el proceso de desarrollo local, entendido como desarrollo endógeno. Este encuadre teórico, supone considerar el fomento del cluster, y por tanto la propuesta de acciones a implementar, como una intervención que tiene por finalidad transformar los cluster genéricos en sistemas productivos locales turísticos.

Conforme al análisis precedente, el fomento del cluster turístico forma parte de las iniciativas de desarrollo local en destinos turísticos, como una más de las estrategias de desarrollo a implementar en el territorio. También significa que en la medida en que el análisis del cluster turístico se relaciona con la perspectiva económica de la actividad, su fomento no debe entenderse como equivalente a propuestas de desarrollo turístico, sino una focalización en la estructura de producción susceptible de integrarse a una planificación global. Finalmente, las iniciativas de cluster se promueven desde el ámbito local pero se inscriben también en un contexto macroeconómico que requiere además de estabilidad, políticas de estado orientadas a la producción y el empleo, como las políticas de apoyo a las P.y.M.E.S. y la política de ciencia y tecnología.

A continuación, se proponen algunas líneas de actuación para el fomento del cluster turístico:

- **Promover los encadenamientos**

A partir del análisis de la cadena de valor pueden implementarse tres tipos de acciones: primero, la integración del comercio que generalmente queda excluido de lo que se considera sector turístico, si a éste se lo define en términos de alojamiento y gastronomía. Participar al sector comercial en las decisiones y actividades vinculadas al turismo amplía la cadena de valor y contribuye a mejorar la oferta turística. Otra acción importante a desarrollar es el fomento de productos típicos, que distingan el destino turístico y motiven la compra como recuerdo del viaje. Esta opción excede la idea del souvenir o del producto artesanal, aunque éste sea la propuesta más viable para fomentar microemprendimientos, sino que puede involucrar también productos industriales de la zona. En tercer lugar, respecto de los encadenamientos, es interesante analizar el tipo de insumos que demandan las empresas y que no se encuentran en la localidad. Promover la creación de empresas que aporten este elemento de la cadena por la simple vía del asesoramiento, sirve

para evitar posibles fugas del circuito económico.

- **Promover la calidad**

Mejorar la calidad de los servicios turísticos y del entorno es una de las innovaciones más valoradas por la demanda. Con respecto a los servicios, el trabajo sobre calidad requiere de gestión empresarial interna y también de acuerdos externos, ya que aún por la vía de la reglamentación de categorías, es fundamental el consenso para lograr una mejora gradual en los servicios. La calidad ambiental del destino turístico, requiere inversiones generalmente a cargo del sector público, pero también de una conciencia que valore el cuidado del entorno como elemento clave de competitividad y como parte de la calidad de vida del residente. En relación a ambos aspectos, son determinantes la capacitación y la disponibilidad de recursos económicos para financiar inversiones.

- **Promover la integración**

Ya se mencionó la integración vertical en relación a los encadenamientos productivos, pero también es importante la integración horizontal vinculada con productos turísticos que enlacen determinados recursos, equipamientos y segmentos de demanda. En un nivel más general, trabajar con la imagen de marca del destino contribuye a generar una integración transversal y también puede reforzar la construcción de una identidad fundada en aspectos culturales locales.

- **Crear un sistema de información**

En todos los destinos turísticos consolidados existe un sistema de información turística destinado al visitante. A partir de esta función, puede generarse un sistema completo que además de información actualizada, precisa y veraz destinada al turista, concentre y difunda información destinada a los empresarios y a las instituciones. En este punto se observa claramente la posibilidad de generar economías de escala, ya que siendo el conocimiento un factor clave para el desempeño eficiente e innovador del cluster, es difícil que la P.y.M.E. turística pueda generarlo de manera individual. Es relevante contar con datos sobre la demanda, real y potencial, sobre tecnologías disponibles, canales de comercialización y en general toda información sobre el mercado que pueda vincularse a la actividad turística.

- **Promover la capacitación**

Esta línea de acción es clave por su efecto sinérgico respecto del fomento del cluster. La capacitación turística puede desarrollarse en cualquiera de los niveles educativos formales, o por medio de instrumentos de educación informal. En el primer caso, desde los cursos de orientadores turísticos en las escuelas primarias, las especializaciones del polimodal, las tecnicaturas de nivel terciario o la educación universitaria, se generan instancias de capacitación formal que en la medida en que

estén articuladas con las necesidades del cluster, aportan mano de obra calificada y constituyen la mejor opción para luchar contra el desempleo. Los cursos cortos de capacitación y las charlas sobre temas turísticos, son también una opción de capacitación laboral pero además una alternativa válida para mejorar la capacidad empresarial y el involucramiento de los actores. Estos aspectos intangibles que se han mencionado en el trabajo por su centralidad para mejorar el desempeño conjunto, en turismo tienen por requisito la capacidad para entender la actividad como un todo complejo, que tiene su referente práctico en la idea de destino turístico como producto global. Tal como lo señalan varios autores (Cavestany, 2000; Madoery, 2001) la asociatividad no se funda en un principio moral de solidaridad, sino en una estrategia que reconoce el beneficio de actuar en conjunto, y esto en la actividad turística, solo es posible si se entienden las interdependencias naturales entre atractivos, equipamientos y actividades. Los instrumentos de educación informal como medios de comunicación o actividades recreativas pueden contribuir con lo que comúnmente se denomina concientización turística, es decir generar una actitud favorable del residente hacia el turista, pero lo que es más importante, pueden servir para que el residente conozca y disfrute los recursos naturales y culturales de su entorno.

- **Promover la asociatividad**

Además de lo mencionado en el punto anterior en relación con la capacitación, la asociatividad también puede fomentarse a través de proyectos concretos que involucren diversos actores. Siendo la capacidad asociativa una aptitud que se aprende, el trabajo sobre proyectos puntuales como acontecimientos programados, la puesta en valor de un recurso o una campaña de promoción, genera una experiencia que en la práctica siempre tiene dificultades pero hace posible el proceso de aprendizaje colectivo. Otra cuestión relevante a considerar es la participación en instituciones y actividades, que supone afrontar paulatinamente dos dificultades: primero, la indiferencia y la apatía de empresarios que carecen de interés por el trabajo conjunto, y segundo, los espacios de poder consolidados que generalmente se sustentan círculos cerrados de dirigencia.

- **Promover la institucionalidad**

Este punto se relaciona con varios aspectos ya mencionados en tanto se entienda la institucionalidad como conjunto de valores y normas que promueven la confianza y la participación. En un sentido más restringido, la institucionalidad se refiere también a las organizaciones que pueden ejercer el liderazgo necesario para implementar las acciones propuestas. La superestructura turística se integra por el Organismo Municipal encargado del sector, las asociaciones y cámaras empresarias, generalmente vinculadas a la representación empresarial de diferentes actividades (hotelería y gastronomía, comercio, balnearios, etc.). A este conjunto básico

se pueden integrar otras dependencias municipales como Cultura o Producción, O.N.G., Universidades, y con escasa frecuencia, organismos oficiales de otras jurisdicciones. Menos frecuente aún es la representación de los trabajadores en la superestructura, estén agrupados o no en sindicatos del sector. Las limitaciones que este subsistema afronta a la hora de concertar acciones para el conjunto se relacionan con una visión a veces demasiado acotada a intereses sectoriales. También es frecuente que estas instituciones se encuentren presentes en el cluster pero que carezcan del liderazgo suficiente para movilizar a sus representados.

Fomentar la institucionalidad es la más compleja de las acciones propuestas y al mismo tiempo, el requisito más relevante para concretar las iniciativas del cluster. En algunos casos, es factible que una institución, por ejemplo el organismo municipal de turismo, asuma el liderazgo, pero la experiencia en sistemas productivos locales indica que siempre es preferible el liderazgo compartido, y por esto, cada vez tiene mayor aceptación la creación de Agencias de Desarrollo.

Una alternativa poco difundida en Argentina, es la creación de un Cluster Institucional que puede ser definido “*como un ente con personalidad jurídica propia e independiente de la de sus miembros, que actúa como una institución que trata de mejorar la competitividad de todas las empresas que los componen*” (Grajirena, 2003: 285). Este tipo de organización, integrada por representantes de las instituciones que forman la superestructura, puede ser muy útil ya que su misión es el fomento del cluster, pero es importante remarcar que su efectividad exige un importante consenso previo.

## **Conclusiones**

El turismo puede contribuir a mejorar la calidad de vida de los residentes de una localidad o región pero es poco frecuente que la actividad se desarrolle de un modo plenamente satisfactorio, y por lo tanto, los objetivos de desarrollo requieren de la intervención de los actores locales en este proceso. En relación al cluster turístico, se han mencionado algunas acciones de fomento que podrían favorecer un mejor desempeño, conforme indican los antecedentes teóricos y empíricos sobre sistemas productivos locales.

Las acciones propuestas se interrelacionan, y como se mencionó, algunas tienen efectos sinérgicos respecto de las características más relevantes como son la asociatividad y la capacidad para tomar decisiones conjuntas. Para esto, se requieren liderazgos compartidos y la participación activa del sector público, las instituciones del sector privado y las instituciones de capacitación e investigación.

Finalmente, se mencionó también la importancia de la planificación y de la ejecución

sostenida de las acciones a través del tiempo. En concordancia con la idea de proceso, es relevante asumir la metodología completa de planificación, es decir, completar las etapas de ejecución, evaluación y retroalimentación, situación poco frecuente en la planificación estratégica. Esto se relaciona con la imposibilidad de elaborar recetas para el logro de objetivos de desarrollo, por el contrario, aún considerando los antecedentes de otros contextos, es la cultura local el sustento a partir del cual puede construirse el aprendizaje y el sendero que lleve a mejorar una situación determinada.

## **Bibliografía**

- ALBURQUERQUE, Francisco (2004): *El Enfoque del Desarrollo Económico Local. Serie Desarrollo Económico Local y Empleabilidad*. Organización Internacional del Trabajo. Buenos Aires
- BOISIER, Sergio (2005): “Hay espacio para el desarrollo local en la globalización”. En Revista de la Cepal nro. 86 pp. 47-62
- CAPORALI, R; VOLKER, P; y BOTAFOGO, I (2006): *Sistemas Productivos Locales: puntos para una construcción metodológica*. Documento de trabajo disponible en <http://exchange.unido.org/idr/idrpdf/Caporali2.pdf>
- CAVESTANY, Fernando (2000): *Desarrollo desde el territorio. A propósito del Desarrollo Local*. Documento disponible en [www.redel.cl](http://www.redel.cl)
- GALVEZ, Luís (2005): *Más allá de los clusters: las interacciones*. Edición Mynor Villalobos.
- GRAJIRENA, J; GAMBOA, I; y MOLINA, A (2003): *Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Ponencia presentada en las XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica. 12 al 14 de febrero de 2003. Universidad de Sevilla.
- MADOERY, Oscar (2001): “El valor de la política de desarrollo local”. Capítulo 3. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Vázquez Barquero y Madoery (compiladores). Homo Sapiens, Rosario.
- MADOERY, Oscar (2005): *La “primera generación” de Políticas Locales de Desarrollo en Argentina: contexto, características y desafíos*. Documento disponible en [www.cedet.edu.ar/biblio\\_nueva/Madoery\\_locales.pdf](http://www.cedet.edu.ar/biblio_nueva/Madoery_locales.pdf) CEDeT (Centro de Estudios de Desarrollo y Territorio) UNSAM
- MAX-NEEF, Manfred (1994): *Desarrollo a Escala Humana*. Nordan, Montevideo.
- PORTER, Michael (1990): *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara, Buenos Aires.
- PORTER, Michael (1999): “Los clusters y la competencia”. En *Gestión*, volumen 4 nro. 1. Buenos Aires, pp: 158 – 172
- VARISCO, Cristina (2004): “El cluster turístico de Miramar”. En *Aportes y Transferencias*. Año 8 volumen 2. Universidad Nacional de Mar del Plata, pp.61-88.