



CAPÍTULO 5. ORGANIZACIÓN ESPACIAL DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Bibliografía

Méndez, R. (2008), capítulo 7.

La localización de las actividades económicas: principios generales



- Los estudios sobre localización de actividades económicas buscan responder ¿dónde? y ¿por qué? y se caracterizan por:
 - Describir pautas de localización de cada tipo de actividad/empresa.
 - Identificar los factores de localización (fuerzas que justifican las decisiones empresariales).
 - Establecer las asociaciones espaciales entre empresas y actividades que aparecen de forma conjunta en los mismos territorios (interrelaciones espaciales o flujos que las vinculan).
 - Analizar la evolución o dinamismo espacial de las actividades.
 - Elaborar clasificaciones o tipologías de espacios identificados por unas características homogéneas en cuanto a actividades localizadas.
 - Analizar el impacto territorial de la localización de las actividades económicas sobre la movilidad de la población, urbanización, crecimiento económico, bienestar social, medio ambiente.

La localización de las actividades económicas: principios generales



- Estas investigaciones se realizan a diferentes escalas productivas y espaciales:
 - empresas individuales (Boss, Impsa), sectores/ramas de actividad (industria metalúrgica), sistemas productivos (Mendoza).
 - a escala local, regional, nacional, mundial...
 - desde una perspectiva estática (observa y analiza la situación en un momento dado) o dinámica (interacción espacio-tiempo).

Escala espacial \ Escala productiva	Local	Regional	Nacional	Mundial
Empresa/negocio				
Sector				
Sistema productivo				

Time (Tiempo) axis indicated by a red arrow pointing right and down from the bottom right corner of the table.

La localización de las actividades económicas: principios generales



- Algunas puntualizaciones:

- Existe interdependencia entre las escalas. La actuación de la empresa local se verá condicionada por las características/evolución propias del sector/sistema productivo al que pertenece, y por el contexto territorial en que se sitúa.

Banco ICBC (calle Colón), su decisión se vio influida por la existencia de otros bancos, por el crecimiento de la provincia, por la evolución del sector...

- Operar en un sector dinámico (estancado), en un país con altos (bajos) costos laborales, bien (mal) comunicado serán factores que afectarán los criterios de localización de las empresas.

Banco ICBC no está en Chile, pero sí en Perú...

- Más allá de que se puedan identificar factores que influyen de forma generalizada sobre la distribución espacial, son evidentes las diferencias existente entre sectores y entre países para el mismo tipo de actividad.

La localización de las actividades económicas: principios generales



- Algunas puntualizaciones...

- La escala elegida modifica la influencia relativa que ejercen los diversos factores de localización.

Cuando se intenta comprender la distribución de la industria dentro de una ciudad, aspectos como:

- *precio del suelo,*
- *normativa urbanística,*
- *oferta de parques industriales,*

pueden ser condicionantes esenciales, lo que no ocurre cuando se busca explicar su distribución interregional o internacional.

- La escala condiciona las unidades espaciales de análisis más adecuadas y el tipo de indicadores estadísticos disponibles, lo que incide sobre la posibilidad de detectar regularidades.

Comunidades Autónomas

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



- Los estudios actuales sobre localización se basan en las teorías clásicas de localización.
 - Teorías vinculadas a la escuela alemana de economía espacial.
- Estas teorías propusieron un método de análisis y un número de interpretaciones sobre la distribución de las diferentes actividades económicas y sus razones:
 - Localización de las actividades agrarias: modelo de Thünen (1826).
 - Localización de la industria: modelo de Weber (1909).
 - Distribución de los centros de servicios: modelo de Christaller (1933).

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Localización de las actividades agrarias: el modelo de Thünen

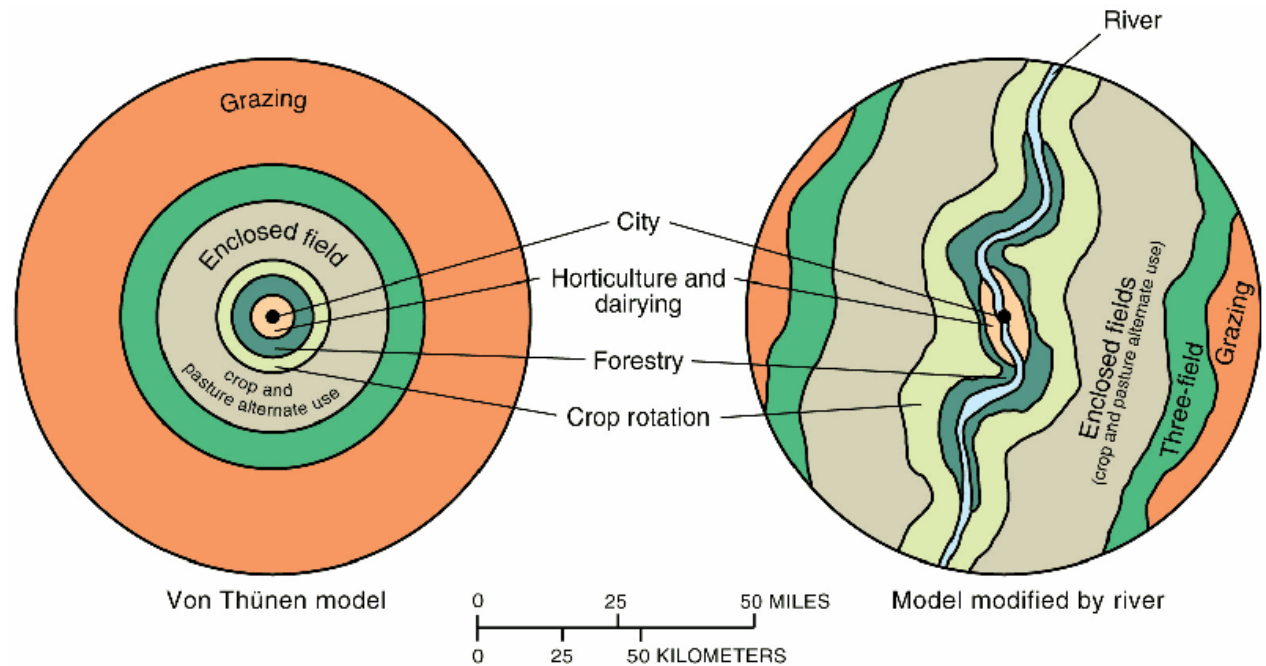
- Busca una explicación al hecho de que, en una agricultura de mercado, la intensidad y tipo de cultivos varían de unos lugares a otros por razones que no se limitan a las condiciones naturales (clima, suelos...), herencias históricas...
- Objetivo
 - Busca la relación entre usos del suelo agrario y distancia a los mercados urbanos donde se intercambian sus productos.
- Hipótesis
 - Los agricultores deciden el tipo de cultivo a realizar cada año mediante una estimación de la diferencia entre los ingresos recibidos y los costos soportados de producción y transporte como resultado directo de la posición que ocupan.

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Localización de las actividades agrarias: el modelo de Thünen

- Cuando la suma de los costos es igual al precio del producto, cesa la producción de ese producto específico.
- Los cultivos se situarán en círculos concéntricos alrededor del mercado.
 - Terrenos centrales destinados a producción que usa factor tierra más intensivamente.



La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Localización de las actividades agrarias: el modelo de Thünen

- Resumen: planteó la existencia de un orden en la distribución de los usos agrícolas del suelo a partir de principios económicos:
 - Distancia al mercado. *Por esta razón fue el modelo de mayor aceptación*
 - Costos de transporte.
 - Márgenes espaciales de rentabilidad para los distintos cultivos.

- La validez actual del modelo está sometida a fuertes limitaciones
 - No existe competencia perfecta.
 - No existen llanuras isotrópicas. *Por sus supuestos...*
 - No hay estricta racionalidad económica en las decisiones del agricultor.
 - Las mejoras de productividad diversifican los costos de producción.
 - El tamaño de la explotación influye sobre la utilización del suelo.

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Localización de la industria: el modelo de Weber

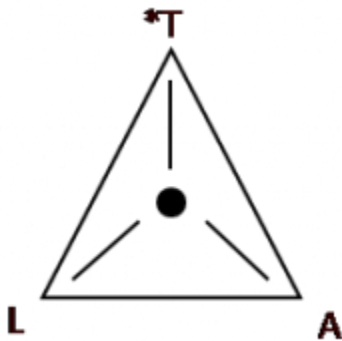
- Busca entender la lógica espacial derivada del proceso de industrialización desde la perspectiva de la empresa individual.
 - Deducir principios generales de localización.
- Objetivo:
 - Identificar la mejor localización para cada tipo de actividad industrial, definiendo patrones de localización específicos.
- Hipótesis:
 - La mejor localización para una empresa será aquella que reduzca al mínimo el costo de transportar las materias primas desde su lugar de extracción hasta la fábrica así como los productos terminados desde ésta al mercado, medido en toneladas por kilómetro.

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



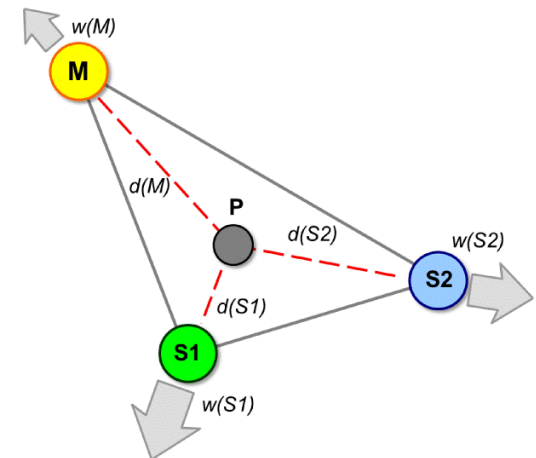
Localización de la industria: el modelo de Weber

- Si una empresa abastece su fábrica a partir de dos fuentes de recursos naturales y destina toda su producción a un solo centro de consumo, la localización óptima deberá situarse en el interior de un triángulo imaginario con vértices en esos tres puntos y a una distancia relativa de los mismos relacionada con su capacidad de atracción respectiva.



Si utiliza una gran cantidad de algún recurso específico, éste tendrá mayor capacidad para atraer a la empresa hacia sus proximidades.

Si la influencia ejercida por los tres lugares resulta equilibrada, la mejor localización será un punto intermedio entre todas ellas.



La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Distribución de los centros de servicios: la teoría del lugar central de Christaller

- Las ciudades se definen por su función como centro de intercambio desde el que se abastece de bs y ss. tanto su propia población, como la de áreas rurales, por lo que actúan como lugares centrales respecto a un área de influencia que se dispone alrededor.
- Objetivos:
 - Explicar la localización territorial de los lugares centrales.
- Hipótesis:
 - Existen leyes geográfico-económicas que rigen la distribución de los núcleos urbanos, en cuanto a tamaño, número y localización.

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Distribución de los centros de servicios: la teoría del lugar central de Christaller

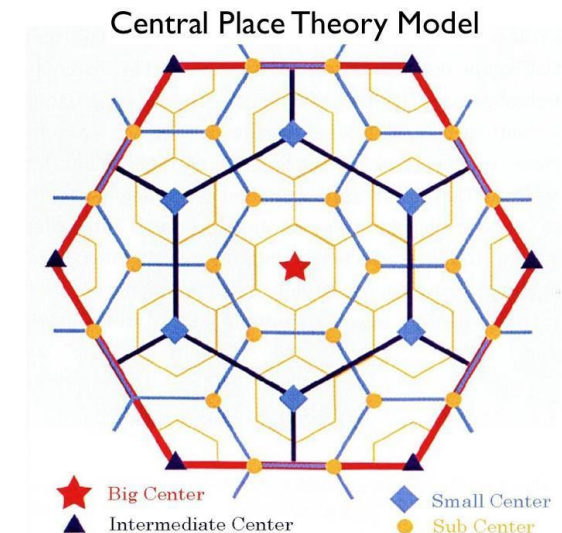
- Comercios y servicios privados y públicos (centros educativos, sanitarios, Administración pública, hoteles...) cumplen la función de lugares centrales y se clasifican como bs y ss. centrales.
- Esas actividades comerciales y de servicios se jerarquizan en función de la frecuencia de su uso (relacionada con su precio):
 - Los bs y ss. poco costosos y de uso frecuente necesitan estar próximos al consumidor. El desplazamiento a larga distancia encarece su costo y reduce su demanda, por lo que serán numerosas las empresas.
Almacenes, quioscos, bares...
 - Los bs y ss. de mayor calidad/precio y uso poco frecuente exigen mayor número de consumidores/usuarios para ser rentables, habrá menos empresas y localizadas en pocos lugares. La población estará dispuesta a realizar desplazamientos largos para acceder a ellos.
Shoppings, joyería, servicios profesionales, autos...

La localización de las actividades económicas: teorías clásicas de localización



Distribución de los centros de servicios: la teoría del lugar central de Christaller

- Algunas regularidades que identifican la localización territorial de los centros comerciales y de servicios:
 - Lugares centrales de la misma categoría tenderán a distribuirse de forma regular en el territorio para organizar áreas de mercado de forma aproximadamente circular (supone costo de transporte idéntico en todas direcciones).
 - Alrededor de cada lugar central se formará un cono de demanda en el que la cantidad demandada de cada bien y servicio central disminuirá con la distancia hasta llegar a ser nula.



Un contexto interpretativo para la localización de actividades



- Todo intento de explicar la localización de las actividades en el territorio exige abordar dos puntos:
 - El proceso que guía la toma de decisiones.
 - Los factores que pueden influir en la elección del lugar determinado.

Localización y estrategias empresariales

- Con relación al primer punto, las decisiones sobre localización se integran dentro de un conjunto más amplio de decisiones y actuaciones que lleva a cabo cada empresa en función de su estructura interna y de las estrategias más adecuadas.
- La estructura interna de la empresa es un primer factor que influye sobre su comportamiento general.
 - La mayor/menor complejidad de su organización interna, decisiones que se toman de forma individual/colectiva, volumen de empleo/capital, el hecho de contar con uno/más centros de trabajo situados en lugares diversos...

Un contexto interpretativo para la localización de actividades



Localización y estrategias empresariales

- Pero, además, las condiciones tecno-productivas específicas de cada empresa es otro aspecto a tener en cuenta.
 - En un mismo sector algunas optarán por un uso intensivo de L otras en K, lo que favorecerá distintas localizaciones en función de la abundancia y el precio de los factores productivos más utilizados.
- También tener presente las relaciones entre empresas ya que algunas imponen sus decisiones e intereses sobre otras (mayor tamaño, poder económico, dominio tecnológico...).
 - En consecuencia, la localización de algunas empresas se verá inducida por las decisiones de otras, que pueden impedirles ocupar el emplazamiento deseado, forzar su proximidad como proveedores...
 - Efecto ejercido por un centro comercial: cierre/traslado de negocios, instalación de otros en los locales existentes dentro del nuevo centro comercial, aparición de servicios complementarios (bares, cines..).

Shopping y centro
comercial en
frente

Un contexto interpretativo para la localización de actividades



Localización y estrategias empresariales

- Las decisiones individuales no se plantean, por tanto, de forma aislada, sino que se ven condicionadas por las características de un entorno en el que cabe diferenciar:
 - El contexto económico general.
 - Las características específicas del sector en que opera la empresa.
 - Las condiciones propias del sistema productivo y territorial en que cada empresa lleva a cabo su actividad.
- Este contexto interpretativo general que acabamos de ver y que sitúa los problemas relativos a la localización en el marco de los comportamientos empresariales puede resumirse en la siguiente figura:

Un contexto interpretativo para la localización de actividades



Localización y estrategias empresariales

Economía global

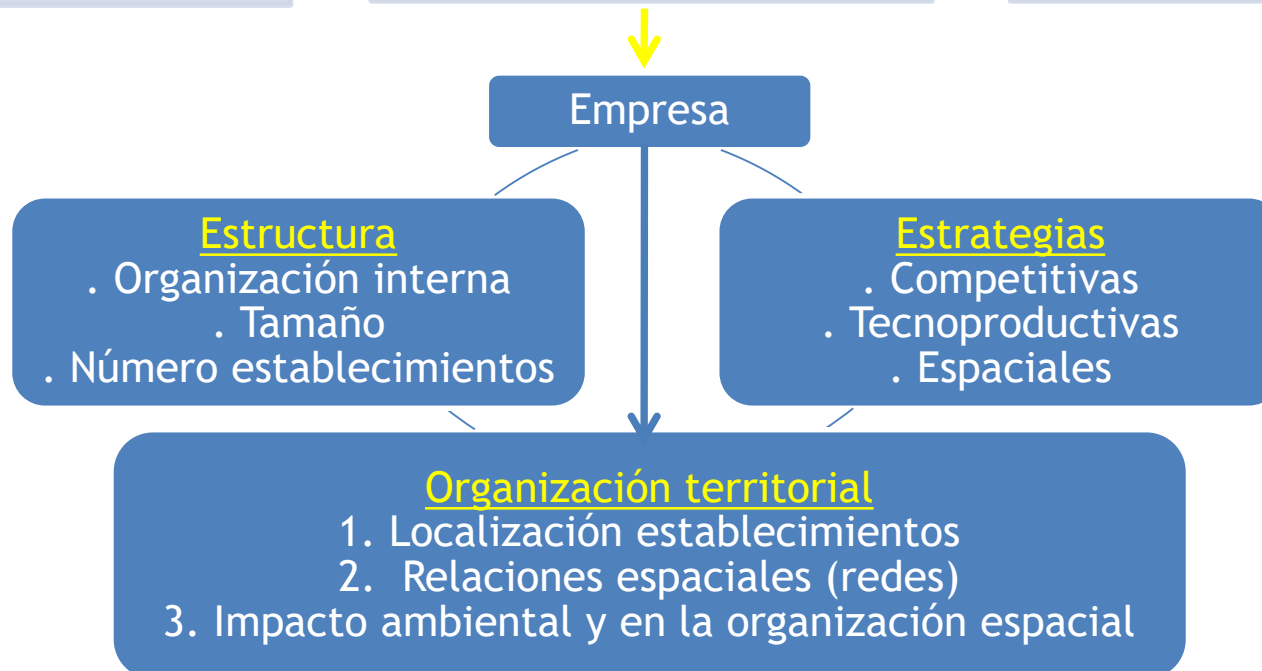
- Lógica del sistema
- Paradigma tecno-productivo
- Competencia mercados

Sistema territorial

- Recursos productivos
- Agentes/relaciones sociales
- Marco institucional
- Mercado interno

Sector de actividad

- Barreras a la entrada
- Estructura interna
- Fase del ciclo de vida



Un contexto interpretativo para la localización de actividades



Principales factores de localización económica

- Las decisiones que toman las empresas (en el momento de su creación o posteriormente) pueden verse influidas por causas múltiples y cambiantes que dificultan el establecimiento de una tipología.
- No obstante, es posible intentar una sistematización que establece una división entre los
 - Factores de carácter económico (guiados por el principio del beneficio y la búsqueda de ventajas competitivas), y
 - Factores extraeconómicos (que orientan la localización en función de otro tipo de criterios: psicológicos, sociales, culturales, políticos).
- **IMPORTANTE.** En cada tipo de sector y de empresa la influencia de tales factores reviste caracteres específicos y diferenciados.

Un contexto interpretativo para la localización de actividades



Principales factores de localización económica

A. FACTORES ECONÓMICOS

1. Costos e ingresos de las empresas

- Costos de transporte/comunicación (con proveedores y clientes).
- Costos de producción: recursos naturales, salarios, capital.
- Tamaño y características del mercado de consumo.

2. Externalidades

- Economías externas de localización y urbanización.
- Deseconomías externas.

B. FACTORES EXTRAECONÓMICOS

1. Percepción empresarial

- Limitaciones informativas.
- Procesos de decisión en organizaciones.
- Características internas de las empresas.
- Calidad del medio ambiente (natural y social).

2. Factores sociales y políticos

- Relaciones sociales y organización sindical.
- Redes de cooperación.
- Marco legislativo.
- Políticas públicas de promoción, ordenamiento territorial, medio ambiente

Ampliar con el libro
😊

Una perspectiva dinámica: difusión espacial de innovaciones y actividades



Difusión espacial

- El análisis que acabamos de ver sobre los factores que inciden en la localización de las actividades económicas adolece de una perspectiva estática porque ignora la dimensión temporal al suponer constante la influencia de estos factores.
- Por el contrario, los estudios de localización deben determinar:
 - ¿Por qué cada cosa está situada en un determinado lugar y no en otro?
 - ¿En qué medida los diferentes elementos de una determinada organización espacial pueden variar su distribución?
- Es evidente que las actividades no se localizan en la actualidad tal como lo hicieron en el pasado.
- Por esa razón, los estudios sobre localización deben incorporar una perspectiva dinámica, atenta a detectar cambios y tendencias.

Una perspectiva dinámica: difusión espacial de innovaciones y actividades



Difusión espacial

- Proceso por el que el comportamiento o características de un territorio cambian como consecuencia de lo ocurrido antes en otro lugar.

Propagación de un fenómeno en el espacio y en el tiempo.

- Este concepto se ha utilizado para describir y explicar los cambios producidos en la localización de la industria, el comercio, los servicios, que surgen en determinados lugares en función de los factores ya explicados (económicos y extraeconómicos), para extenderse luego por el territorio de forma no aleatoria, sino sometida a ciertos principios reguladores.
- **IMPORTANCIA.** Prever tendencias espaciales y detectar áreas que pueden verse sometidas en un futuro inmediato a un fuerte dinamismo, o cuya promoción puede ser clave para conseguir un cierto reequilibrio.

Una perspectiva dinámica: difusión espacial de innovaciones y actividades



Difusión espacial

- La difusión de las actividades en el territorio resulta de la convergencia entre dos movimientos complementarios, que inciden sobre las estrategias empresariales:
 - Un proceso de expulsión (*push*) a partir de los núcleos originarios (muchas veces grandes ciudades o regiones metropolitanas) donde la densidad excesiva provoca un aumento de las deseconomías externas (encarecimiento del suelo e inmuebles, saturación del mercado, congestión del tránsito, aumento de salarios, impuestos...) que animan un número creciente de traslados. *¿Ejemplo?*
 - Un fenómeno de atracción (*pull*), ejercido por otras áreas (espacios próximos y bien comunicados, ciudades medianas...) que a costos menores pueden sumar la expansión de sus mercados de consumo y trabajo, una accesibilidad que tiende a mejorar, o una abundante oferta de suelo, acompañada por políticas de apoyo a escala regional o local. *¿Ejemplo?*

¿Ejemplo?

Una perspectiva dinámica: difusión espacial de innovaciones y actividades



Tipos de difusión espacial

- Según la forma de propagación en el espacio:
 - Difusión por extensión o expansión: se amplía el espacio ocupado, SIN abandonar el lugar de origen. *Cultivos...*
 - Difusión por migración: traslado que incluye el abandono de la localización precedente. *Relocalización de industrias: abandonan las áreas centrales urbanas para situarse en espacios suburbanos.*
- Según los canales utilizados:
 - Difusión por proximidad, contacto, contagio: guiada por el principio de proximidad/accesibilidad medida en distancia, tiempo, costo, por lo que disminuye desde el foco originario en dirección a espacios progresivamente alejados. *Industria en Madrid*
 - Difusión jerárquica o en cascada: las innovaciones o actividades se desplazan a través de la jerarquía urbana, desde los centros más importantes a los de rango inferior, con independencia de la distancia física existente. *Hípermercados (Wal-Mart)...*

Tendencias actuales de localización de las actividades productivas



La reorganización espacial de la actividad agrícola

- Evolución desde una agricultura de subsistencia hacia una agricultura de mercado, hacia una creciente mundialización de sus mercados y tecnificación de sus procesos, que la aproximan al sector industrial.
- Principales características:
 - Aumento del nivel de capitalización de las explotaciones (mecanización).
 - Creciente especialización territorial de los cultivos (buscar la máxima rentabilidad de cada área).
 - Aumento del tamaño medio de las explotaciones agrícolas (con tierras propias o alquiladas).
 - Vinculación cada vez mayor entre este sector y la industria agroalimentaria (transformación y envasado de sus productos).
 - Creciente intervención pública para regular el sector agrícola (fijar precios, apoyar la tecnificación/mecanización de las explotaciones).

Tendencias actuales de localización de las actividades productivas



Transformaciones en la distribución espacial de la industria

- Antes: fordismo (sistema producción en serie) caracterizado por:
 - Dominio de la gran empresa/fábrica totalmente mecanizada como modelo óptimo, junto a
 - Polarización espacial tendiente a concentrar las fábricas en pocos lugares para obtener economías externas derivadas de la aglomeración.
- Ahora: neofordismo
 - El rápido/intenso proceso de innovación,
 - la apertura económica,
 - la mundialización de los mercados,
 - el creciente número de empresas que aplican estrategias globales y organizan una nueva división internacional del trabajo,
 - la progresiva segmentación de los procesos productivos, con firmas que descentralizan tareas y producciones entre establecimientos propios o ajenos, localizados en lugares diversos pero interconectados en red,

Claves de este nuevo modelo organizativo:

Tendencias actuales de localización de las actividades productivas



Transformaciones en la distribución espacial de la industria

- Regiones ganadoras: grandes áreas urbanas y metropolitanas, los ejes de desarrollo industrial que tienen su origen en ellas, así como los sistemas productivos locales de PyMES.
 - Las grandes ciudades y sus entornos continúan siendo los espacios que concentran una proporción mayoritaria de los establecimientos y empleos, así como de la producción y la inversión industrial.
 - PERO, dentro de las áreas urbanas/metropolitanas coexisten espacios con trayectorias opuestas: al abandono industrial de las áreas centrales o ciertos espacios fabriles degradados (FF.CC Belgrano, Guaymallén) se contraponen su crecimiento en las periferias urbanas, en sectores donde la promoción de parques industriales da origen a nuevos paisajes industriales (Carril Rodríguez Peña).
 - Es fundamental el rol de las PyMES.

Tendencias actuales de localización de las actividades productivas



Transformaciones en la distribución espacial de la industria

- Regiones perdedoras: regiones de antigua tradición industrial hoy en declive y numerosas áreas rurales donde pervive una industria tradicional.
- El retroceso se ve reflejado en la reducción del número de empresas y empleo, abandono de edificios, reducción de la actividad en una parte de los establecimientos que se mantienen operativos. Razones:
 - Obsolescencia productiva: resultado de una excesiva especialización en sectores tradicionales hoy en retroceso ante la reducción de su demanda o la competencia de empresas situadas en nuevos países industriales con menores costos. *Sector textil en España*
 - Obsolescencia ambiental: espacios degradados por una industria poco respetuosa con el medio ambiente (proximidad a viviendas, vertidos, contaminación de suelos...), a lo que se suma hoy la instalación de empresas procedentes del exterior.

¿Ejemplo?

Tendencias actuales de localización de las actividades productivas



Localización de los servicios

- En las últimas décadas hubo una rápida expansión de las actividades de servicios y ha constituido una de las transformaciones económicas y sociales más importantes en numerosos países y regiones.
- Hoy se ve su hegemonía dentro de la estructura sectorial de muchos sistemas productivos (recordar caso de Mendoza).
- Un grupo de actividades en rápida expansión son las de servicios a las empresas o servicios a la producción (tareas complementarias a la producción de bienes).