

clasificación especial de la Sociedad Anónima) (Cuadro 18)\*/.

En suma, podemos decir que las empresas regiomontanas enfatizan algunas causas de localización manipulables para fines de política ubicacional después, y solamente hasta después, de contar con ciertas ventajas como las que ofrece el AMM. Ignorar la atracción locacional de la aglomeración (economías de "externas y de "urbanización") en la elaboración de políticas de incentivos para la reubicación industrial lleva a incurrir en medidas costosas —subsidiados extremadamente altos— e insuficientes— difícilmente nulificarán (ni siquiera igualarán) la influencia locacional de la metrópoli—. De hecho, las variables locacionales detectadas son las postuladas por la teoría de la localización clásica y tienden a perpetuar el círculo vicioso de la concentración de la población y sus actividades en la capital de Nuevo León.

Por otro lado, la teoría de la localización industrial tradicional sostiene que las industrias se asientan según la ubicación de los mercados, las materias primas y la mano de obra, destacando en cada uno de ellos la relación

\*/ Como el relevamiento de la información utilizada en este trabajo fue guiado para otros fines (zonificación), se consideró la unidad productiva (establecimiento) y no la jurídico-administrativa (empresa). En nuestro caso, no realizar esta diferenciación nos llevaría a ignorar la verdadera lógica de ubicación de aquéllos establecimientos pertenecientes a una misma empresa que dicta, según su particular organización del proceso productivo y decisiones de un consejo administrativo, qué, cómo y dónde ha de producir cada una de las unidades que la integran. Es decir, no podríamos captar el comportamiento locacional de un establecimiento que responde a los imperativos de una empresa y no a los de una unidad independiente. Para remediar (parcialmente si se quiere) este mal, procedimos a sacar un listado de la clave CAINTRA de cada uno de los establecimientos encuestados para clasificarlos según su razón social (SA y no-SA) en la consideración de que los no-SA, por referirse a empresarios individuales, obedece a la unidad productiva. De los establecimientos clasificados como pertenecientes a Sociedades Anónimas (membrete que alude a una estructura jurídica común muy laxa, pues las hay de varias clases) se derivó la subclasificación "grupo económico", siguiendo la información que sobre estos últimos proporciona el Directorio Industrial para Nuevo León de 1983. Una limitación para ser resuelta por trabajos que retomem el tema, es el origen de los capitales de las empresas (nacional, transnacional, local o colusiones de ellos) que puede generar comportamientos locacionales diferenciados, según sea su cobertura geográfica-económica.

CAPILLA ALFONSINA



con el transporte. Estudios recientes, sin embargo, insisten en señalar que, ante los distintos niveles de evolución tecnológica, emergen nuevos determinantes (diversificación industrial, mano de obra calificada, etc.). Esto es, así como la importancia relativa de las causas (motivos y necesidades) de localización puede variar de una actividad a otra, tampoco tienen que ser las mismas en una industria tradicional que en una nueva ya que el entorno socioeconómico y las condiciones técnicas de la producción no son siempre las mismas; es decir, las causas de localización no tienen porqué ser las mismas para establecimientos con situaciones de aprendizaje, actualización tecnológica y organizativa diferentes. El Cuadro 19 muestra que éste no es el caso para Monterrey, sino que, de forma consistente con el análisis precedente, persisten hasta la actualidad los motivos tradicionales de asentamientos industrial.

Retomando el análisis de "Posición en Mercados", el Cuadro 20 consigna al transporte de productos y mercancías, tal como lo aconseja la teoría clásica del emplazamiento. Como se aprecia, para la localidad sólo es relevante el uso del autotransporte, ya sea la camioneta para las industrias "netamente locales" (ámbito exclusivamente intraurbano) o el camión y el trailer que dominan en las factorías "local exportadoras", "local importadoras" y "maquiladoras".

Ahora bien, en la mayor parte de los análisis, el comportamiento de las unidades empresariales en el entorno espacial es considerado como la simple enumeración de una serie de decisiones locacionales generadas por la atracción que ejercen las causas de localización existentes, dejando de lado su vinculación con las estructuras de poder económico y político vigentes. En ellos las causas emergen o son "descubiertas" por las factorías al azar o

CUADRO 19. CAUSAS DE LOCALIZACIÓN POR SECTOR ECONÓMICO.

SECTOR	MOTIVOS DE LOCALIZACIÓN				NECESIDADES DE LOCALIZACIÓN			
	1	2	3	4	1	2	3	4
INDUSTRIA DE MANO DE OBRAS	1	2	1	1	1	2	1	1
INDUSTRIA DE MANUFACTURAS	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS QUÍMICOS	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS METALÚRGICOS	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE PAPIRO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE TEXTIL	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE CAUCHO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE MADERA	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE PIEL	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ORO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE PLATA	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE COBRE	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ZINC	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ALUMINIO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE HIERRO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ACERO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE COQUE	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE CARBÓN	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE PETRÓLEO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE GAS	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE ELECTRICIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE TELEFÓNICA	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE RADIO	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE TELEVISIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE COMPUTACIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE INSTRUMENTACIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1
INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE OTRAS	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	1	1	1	1	1	1	1	1

FUENTE: ENCUESTA INDUSTRIAL, U.A.H.I., 1960.

CAPILLA ALFONSINA

con el transporte. Estudios recientes, sin embargo, insisten en señalar que, ante los distintos niveles de evolución tecnológica, emergen nuevos determinantes (diversificación industrial, mano de obra calificada, etc.). Esto es así como la importancia relativa de las causas (motivos y necesidades) de localización puede variar de una actividad a otra, tampoco tienen que ser las mismas en una industria tradicional que en una nueva ya que el entorno socioeconómico y las condiciones técnicas de la producción no son siempre las mismas; es decir, las causas de localización no tienen que ser las mismas para establecimientos con situaciones de aprendizaje, actualización tecnológica y organizativa diferentes. El Cuadro 19 muestra que esta no es el caso para Monterrey, sino que, de forma consistente con el análisis precedente, persisten hasta la actualidad los motivos tradicionales de asentamiento industrial.

Retomando el análisis de "Posición en Mercados", el Cuadro 20 consigna el transporte de productos y mercancías, tal como lo aconseja la teoría clásica del emplazamiento. Como se aprecia, para la localidad sólo es relevante el uso del autotransporte, ya sea la camioneta para las industrias "netamente locales" (ámbito exclusivamente intrarregional) o el camión y el trailer "maduradores".

Ahora bien, en la mayor parte de los análisis, el comportamiento de las unidades empresariales en el entorno espacial es considerado como la simple enumeración de una serie de decisiones locacionales generadas por la atracción que ejercen las causas de localización existentes, dejando de lado su vinculación con las estructuras de poder económico y político vigentes. En ellos las causas emergen o son "descubiertas" por las factorías al estar o

CUADRO 19. MOTIVOS DE LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS MANUFACTUREROS EN EL AREA METROPOLITANA DE MONTERREY POR FECHA DE IMPLANTACION.

	Antes de 1970		Después de 1970	
	%	Rango	%	Rango
DISPONER MANO DE OBRA				
CERCA MERCADO	24.1	1	22.5	1
DISPONER PROPIEDAD	18.2	2	17.8	3
INFRAESTRUCTURA	10.1	4		
SEDE GERENCIA				
CERCANIA INDUSTRIAL				
ARMONIA LABORAL				
DISP. MAT. PRIMAS			6.1	5
CONVENIENCIA PROPIA	14.0	3	19.7	2
DISPOSICIONES OFICIALES				
FACILIDAD TERRENDOS	9.0	5	10.0	4
OTROS				
TOTAL	48 %		52 %	

FUENTE: ENCUESTA INDUSTRIAL, U.A.N.L., 1980.