

# **¿Qué es promoción económica?**

**Dr. Jörg Meyer-Stamer**

**Instituto para el Desarrollo y la Paz  
Universidad de Duisburg, Alemania**

**Octubre de 1998**

*Traducción: Bet Gerber*

## Introducción

La promoción económica es la “suma de todas las medidas municipales, que resultan inmediatamente significativas en términos de las decisiones empresariales relativas a inversiones y radicación”<sup>1</sup> Este enfoque conceptual refleja lo que es la práctica alemana (e incluso este caso, sólo parcialmente, ya que los Estados Federados también impulsan la promoción económica); en otros países también existen otros actores que intervienen activamente en la promoción económica, en los EEUU, por ejemplo, las empresas proveedoras de energía.

La literatura específica coincide en señalar que el perfil de la promoción económica se ha transformado profundamente en los últimos años. Tradicionalmente apuntaba, en primer término, al establecimiento de empresas. En este sentido, los elementos importantes eran el marketing de las zonas de radicación industrial y la preparación de áreas industriales. Hoy en día se considera que “conservar las existencias”, es decir, apoyar a las empresas establecidas, es cuanto menos tan importante como los aspectos mencionados.

Son varias las condiciones básicas para la promoción económica que han sufrido cambios:

- La posición de negociación entre las empresas y los municipios se ha transformado. Antes solía suceder que los municipios que contaban con una estructura económica fuertemente productiva enfrentaban una alta demanda por parte de empresas que buscaban establecerse en la zona, y el problema central radicaba en disponer de las áreas apropiadas para ello. Hoy en día, en cambio, los municipios suelen competir por las empresas que buscan establecerse, lo que puede desencadenar una “carrera de subvenciones” entre ellos.
- Con la globalización y la creciente presión competitiva, las empresas exigen cada vez más a su entorno local. Las empresas se concentran en su competencia nuclear específica, y esperan contar dentro de su entorno con proveedores adecuados, empresas subcontratistas, empresas de servicios especializadas e instituciones de apoyo en áreas como tecnología, capacitación y financiamiento.
- Con bajas tasas de crecimiento económico, por lo general sube la desocupación, y la importancia de la creación de puestos de trabajo asciende en la escala de prioridades, incluso en la de los actores políticos a nivel local. La promoción económica y la lucha contra el desempleo son áreas de acción que se superponen ampliamente. No obstante en Alemania al menos, distintos actores trabajan en este sentido con diferentes estrategias e instrumentos a nivel local y regional.

---

<sup>1</sup> Dieckmann y König (1994), pág.1

- Los supuestos de las administraciones comunales y los actores políticos se transforman. Conceptos como “ciudad-empresa” señalan cambios en los criterios tanto en lo que hace al fin como a los medios. La prosperidad económica va subiendo posiciones en la escala de objetivos. Los nuevos medios abarcan nuevos instrumentos de organización y conducción dentro de las administraciones municipales (“administración magra”), aunque incluyen también, por ejemplo, una delimitación diferente entre los actores públicos y privados (*public-private partnership*).

La promoción económica no se puede escindir de otros campos de la política como la política industrial, tecnológica o del mercado laboral. Desde este punto de vista coincide con la política industrial (ver cuadro de texto 1). Al igual que las otras políticas, apunta a fortalecer la capacidad económica y, con ello, a crear puestos de trabajo y efectuar un aporte al bienestar general. Según el uso corriente, la política industrial es tarea del Estado central, y la promoción económica, del ámbito local. Pero también aquí comienzan a desdibujarse las fronteras, en tanto se descentraliza la política industrial y, por ejemplo, en Alemania tiende a formularse cada vez más desde las instancias regionales (los Estados Federados) que, al mismo tiempo, impulsan la promoción económica.

La promoción económica se desarrolla en un entramado de políticas sectoriales (cuadro 1), con las cuales existe una relación, en parte complementaria y en parte conflictiva. Las políticas regional, industrial y tecnológica por lo general son complementarias de la promoción económica; el asesoramiento de empresas que se interesan en las posibilidades de promoción en estos campos políticos, constituye un elemento central de la promoción económica. Un tanto más complicada es la situación de la política para el mercado laboral y la política educativa, que por su estructura orgánica (ministerios y organizaciones aledañas separados entre sí) están alejadas institucionalmente de la promoción económica. Para los observadores externos aparecen como campos de acción complementarios; sin embargo, los involucrados suelen tener distintos objetivos, culturas organizacionales y horizontes temporales, que dificultan el trabajo en estrecha cooperación. Habrá una relación conflictiva respecto de campos de la política como el control de programas de ayuda y tareas locales como la inspección industrial.

## **Elección de la zona de radicación y promoción económica**

### **¿Qué son los factores de radicación industrial?**

Los factores de radicación industrial son propiedades decisivas en cuanto al atractivo que una región tenga para las empresas establecidas y las que deseen establecerse. El debate en torno a los factores de la radicación se centra generalmente en el segundo grupo, es decir,

los potenciales inversores. El primer grupo, las empresas ya establecidas, representan, por una parte, un elemento de los factores de radicación; por ejemplo, la presencia de proveedores especializados puede indicar la alta calidad de una zona de radicación. Al mismo tiempo, las empresas establecidas son, en principio, móviles (en todos los casos de un municipio a otro vecino), sin embargo, la movilidad también suele ser suprarregional. Esto rige en especial en el caso de las inversiones dirigidas a la expansión empresarial que van acompañadas por la creación de un nuevo centro productivo. La mejora de la calidad de la zona de radicación no sólo es el medio para atraer nuevas empresas, sino también para asegurar la presencia de las que ya están.

Una empresa que busca establecerse, por lo general armará un extenso catálogo de factores que resultan relevantes para la radicación y luego invertirá en zonas de radicación potenciales. Las tablas 10 y 11 presentan un ejemplo práctico; se trata de un catálogo con el que operaron los responsables de las decisiones en Mercedes-Benz cuando debieron elegir en dónde establecer la planta para un *sports-utility-vehicle*, la que finalmente recayó en Tuscaloosa (Alabama, EEUU).

Desde el punto de vista analítico se pueden distinguir diferentes tipos de factores que hacen a la radicación. Una de las divisiones corrientes es la que distingue entre factores “duros” y “blandos”.

### **Factores duros**

Los factores de radicación industrial “duros” se refieren a la lógica económico-empresarial de elección del lugar y en su mayoría son cuantificables. La columna 1 de la tabla 5 presenta un panorama sobre los factores que se tratan habitualmente en la literatura específica. Sin embargo, lo que no resulta tan evidente es por qué los contactos entre ramas y los contactos con las instituciones de investigación y capacitación, cuentan entre los factores “duros”. En el marco del presente trabajo, este tipo de factores se clasificarán en el grupo de los “blandos”. Los principales factores de radicación “duros” son los siguientes:

- Situación respecto de los mercados de referencia y de consumo: lo que motiva a una nueva empresa a establecerse, es el interés del inversor por lograr acceder a un mercado específico. Tradicionalmente, la cuestión solía pasar por sortear barreras comerciales. Hoy, en cambio, resulta prioritaria la proximidad con los clientes y la realización de veloces procesos de aprendizaje a través de una comunicación intensiva con los clientes, aunque también con los proveedores y competidores importantes.
- Red de tránsito (calles, vías férreas, aéreas, fluviales/marítimas): en tiempos pasados se le otorgaba mayor importancia a este factor que en la actualidad, ya que las diferencias

se han nivelado. Para que esta nivelación tenga lugar, no ha jugado un papel menor el resultado de los diagnósticos que señalaba a éste como un factor central, lo que condujo a que las regiones postergadas invirtieran masivamente en la mejora de las redes de tránsito.

- El mercado laboral (cuantitativo, cualitativo): se trata de la calidad del potencial de la fuerza de trabajo (la calificación, pero también factores como la fluctuación y la tasa de enfermedad) y los costos salariales. Es importante señalar que para un inversor externo, a menudo no es el salario promedio lo decisivo, sino los salarios tope, cuando debe atraer a los empleados con ofertas salariales superiores al promedio.
- Oferta de espacio (terrenos): A nivel local se trata de ofrecer un terreno con el tamaño, formato y redes de tránsito adecuadas. Una cuestión importante es la del desgaste o deterioro (erosión, contaminación del suelo y agua) por explotaciones anteriores. Este factor está estrechamente ligado a la relación terrenos industriales/costos de alquiler. En este sentido, la situación ha cambiado tanto, que a menudo los potenciales inversores comparan distintos municipios interesados y pueden negociar un precio favorable por los terrenos.
- Costos energéticos y ambientales: Para determinados sectores productivos que hacen uso intensivo de la energía y del medio ambiente, éste puede ser un factor central al elegir en dónde establecerse. Desde luego que las empresas no necesariamente buscan la zona con menores requisitos ambientales, sino aquélla en donde las autoridades del área sean las más confiables y dispuestas a cooperar. Hoy en día, las empresas por lo general reconocen la necesidad de proteger el medio ambiente y buscan zonas que ofrezcan condiciones marco estables también en lo referido a aspectos ambientales.
- Tributación local: también en este sentido los inversores tienen la posibilidad de negociar condiciones favorables, como por ejemplo, exenciones impositivas a plazo.
- Posibilidades de promoción: junto con la subvención de los costos del terreno y urbanización y la exención de impuestos y tributos locales, pueden ofrecerse incentivos para la inversión o bien formas indirectas de promoción, como por ejemplo la implementación de medidas de capacitación especiales. En principio, en este ámbito no hay límites para la fantasía de los municipios, aunque en la práctica los medios se agotan en los aquí mencionados.

## Factores “blandos”

En los últimos años, se ha ido prestando más atención a los factores blandos en la medida en que se equiparaba la calidad de los factores duros. Los factores de radicación blandos en su mayoría no son cuantificables. La literatura correspondiente presenta distintas definiciones de los diferentes tipos de factores blandos. Grabow (1994) distingue tres tipos:

- Factores vinculados con la empresa (ej. el comportamiento de la administración pública o de los políticos con poder de decisión, la mentalidad del empresariado, el clima económico),
- Factores vinculados con el empleo, es decir, factores significativos para potenciales empleados,
- Preferencias personales de quien decida.

Hahne (1995) distingue dos tipos:

- Factores blandos vinculados con la empresa: son aquéllos que resultan directamente relevantes para la competitividad de la empresa, pero como son difícilmente cuantificables no se los clasifica entre los factores duros.
- Factores blandos vinculados con las personas: son los factores significativos para la calidad de vida de los empleados, es decir, aquéllos que para los empleados y directivos que deban mudarse resultan decisivos al evaluar el atractivo de una región. Obviamente no sólo son relevantes para los empleados y directivos que vendrán a trabajar en empresas nuevas, sino también para los de las empresas locales, porque en este ámbito se requieren ciertas posibilidades de movilidad y, ante un deterioro de estos factores blandos, podría producirse una emigración.

Entre los factores blandos vinculados con las empresas se cuentan los siguientes:

- **Clima económico de la ciudad y/o de la región:** existen diferencias sustanciales entre las regiones según la prioridad que éstas le otorguen al desarrollo económico. Esto está estrechamente ligado con la capacidad de los actores relevantes (políticos, administraciones, confederaciones, etc.) de consensuar una estrategia de desarrollo económico para la región. Son pocas las regiones con una estrategia de desarrollo claramente delineada asumida por los actores clave, que conduzca a que se otorgue alta

prioridad a las actividades relativas a la promoción económica. Los posibles indicadores del clima económico son los siguientes:

- Rapidez y calidad de la respuesta a demandas y de la elaboración de solicitudes/pedidos, síntesis de competencias administrativas
  - Efectividad del apoyo de las empresas en la relación con las autoridades de control (inspección industrial, inspección de la construcción, protección ambiental, etc.)
  - Competencia económica, apertura y hospitalidad de los actores importantes (ej. intendente)
  - Esfuerzos desde la política y la administración por el bienestar subjetivo de inversores potenciales
  - Forma y sintonía del trato entre la política y la administración, por una parte, y las empresas y sus federaciones, por la otra.
- 
- Imagen de la ciudad/de la región: la imagen de una ciudad o región no debe separarse del clima económico, aunque no es idéntica a éste. Imagen significa percepción externa, y la percepción no está definida sólo por hechos “objetivos”, sino también por evaluaciones subjetivas. Más allá de esto, es posible incidir en la imagen a través de acciones publicitarias; de este modo una región puede lograr mejor imagen que lo que sugeriría su clima económico.
  - Contactos de rama/sector: las empresas se establecen preferentemente allí en donde ya están otras empresas ya sea de su mismo sector, de sectores aledaños o complementarios, ya que les permite reducir el gasto que implica la identificación de posibles compañías proveedoras y empresas de liquidación de salarios. Esto se vincula con el aspecto de posibilidades de comunicación y cooperación, ya que la posibilidad de intercambio regular - en especial, el informal- con las empresas de la misma rama reduce los costos de información y otros costos de transacción.
  - Educación superior/investigación: las instituciones de enseñanza superior y los institutos de investigación, así como la infraestructura tecnológicamente apta (en especial en el área MNPQ<sup>2</sup>) aumentan el atractivo de una zona de radicación, en especial, si su oferta apunta al perfil específico de la industria local y de las empresas de servicios.
  - Potencial de innovación de la región: las regiones se diferencian en la facilidad con que fluyen las informaciones entre las empresas, así como entre las empresas e instituciones

---

<sup>2</sup>MNPQ son siglas correspondientes a: metrología (M), fijación de normas(N), sistemas de prueba(P), control de calidad(Q).

de investigación, desarrollo, capacitación y otras. También existen diferencias de peso en cuanto a la facilidad con que los fundadores de empresas con ideas empresariales innovadoras pueden movilizar capital inicial. El potencial de innovación del medio local depende en gran medida del patrón de desarrollo, es decir, un entorno innovador exitoso se refuerza a sí mismo tanto como un entorno local caracterizado por el conservadurismo, la rigidez, la rivalidad y la desconfianza.

- Eficiencia de las confederaciones económicas: la calidad de las confederaciones empresariales y de las cámaras (competencia técnica y organizativa, calidad de la oferta de servicios, posibilidades de participación para las empresas que integran la cámara, etc.) varía de una región a otra.

Los factores blandos relativos a las personas que tienen particular importancia son los siguientes:

- la calidad de la vivienda y su entorno;
- la calidad ambiental;
- la calidad de las instituciones educativas;
- la calidad de la infraestructura social;
- el costo del tiempo libre (deportes, cultura en sus diversas manifestaciones).

### **Significado de los factores de radicación según tipos de sector productivo y de inversión**

No todos los factores de radicación son igualmente significativos para todas las empresas o tipos de inversión. Se deben distinguir dos cuestiones: la relativa al tipo de inversión y la que se refiere a la ubicación de una inversión en el ciclo de vida industrial

En una investigación realizada para la Unión Europea se corroboró la interdependencia entre el tipo de inversión y los factores de radicación industrial. Estos aspectos interdependientes se presentan en la Tabla 9.

Los requerimientos de las empresas respecto de la zona de radicación se transforman a lo largo del ciclo vital. Según Pieper (1994), en las cuatro fases se pueden distinguir las siguientes claves en cuanto a dichos requerimientos:



**Tabla 1: Requerimientos a las zonas de radicación en el transcurso del ciclo de vida industrial**

Fase de desarrollo e Introducción	Fase de crecimiento	Fase de maduración	Fase de retracción
<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajadores altamente calificados</li><li>• Infraestructura de know-how</li><li>• Proximidad del mercado/venta</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proximidad del mercado (ventas y compras)</li><li>• Trabajadores especializados</li><li>• Trabajadores altamente calificados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerza de trabajo barata</li><li>• Zona de radicación de bajos costos</li><li>• Proximidad del mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerza de trabajo barata</li><li>• Zona de radicación con costos reducidos</li><li>• Instalaciones reducidas</li></ul>

*Fuente: Pieper (1994)*

Gelsing (1992) toma una estructuración similar (sobre la base de las ideas de la economía de innovación):

Tabla 2: modelo neo-schumpeteriano de desarrollo industrial				
Grado de desarrollo de la industria	Innovador	Competitivo	Oligopólico	Descenso
<b>Parámetro:</b>				
Tipo zona de radicación	Disponibilidad de trabajadores altamente calificados Cercanía a la residencia del fundador	Las empresas buscan zonas con bajos costos (trabajo, tierra, impuestos, etc.)	Fase temprana: se posterga la acumulación de stock porque las estrategias de márketing pueden manejarse mejor desde los viejos centros. Fase tardía: acumulación de stock en zonas con bajos grados de organización sindical	Cierre de fábricas en viejas regiones industriales, construcción de fábricas modernas en regiones nuevas.
Significado de la proximidad geográfica	Marcadas ventajas de aglomeración. Punto de atracción: centros de innovación	Proximidad con la competencia y/o colegas no tan importante. Proximidad con los productores de bienes de inversión es importante.	Las firmas operan en grandes mercados de compra y venta. Crecen la distribución interna del trabajo y los niveles de información.	Bajo.
Crecimiento	Altas tasas de crecimiento. Los empleados de empresas establecidas crean empresas <i>spin-off</i> .	Aumenta el tamaño óptimo mínimo de la empresa, el <i>spin-off</i> es poco frecuente	Bajo. Los mercados son cada vez más organizados y se negocian.	Negativo.
Desarrollo tecnológico	Preponderan las innovaciones del producto. Los establecimientos productivos suelen ser modificados por los usuarios.	Los productos se estandarizan. El desarrollo del proceso apunta a las ventajas de escala.	Predominan la diferenciación del producto (modo) y desarrollo del proceso.	El desarrollo del producto queda relegado al objetivo de lograr ganancias a corto plazo. Las mejoras en el proceso productivo son esporádicas.

Fuente: Gelsing (1992), pág. 128

## **Instrumentos de la promoción económica**

Los instrumentos de la promoción económica pueden clasificarse según los factores blandos y duros que hacen a la radicación industrial.

### **Instrumentos relativos a los factores “duros” de radicación industrial**

En general, es limitado el aporte que puedan hacer los instrumentos relativos a los factores “duros” de radicación industrial para que una determinada zona se destaque especialmente, es decir, que representen una ventaja competitiva para atraer empresas a la zona o impedir su emigración hacia otras. Al mismo tiempo, estos instrumentos resultan indispensables dada la constelación de negociación dominante entre las empresas y las zonas de radicación. En la medida en que diversas zonas logren aumentar su atractivo a través de la creación de ventajas específicas como zona de radicación, también mejora la posición de las empresas en la negociación, ya que pueden comparar las diferentes ofertas de las zonas interesadas en captar industrias.

#### *Instrumentos financieros*

Los instrumentos financieros están particularmente difundidos. Se pueden distinguir dos tipos: desgravaciones impositivas, por una parte y subsidios y subvenciones, por la otra.

#### *Infraestructura y urbanización de terrenos*

Antes, la disponibilidad de infraestructura y de terrenos eran instrumentos de enorme significado. Durante mucho tiempo, la posibilidad de acceder a una autopista fue un factor decisivo para la radicación industrial. Con frecuencia, en las viejas regiones industriales no era sencillo preparar adecuadamente los terrenos, en especial si se trataba de superficies aprovechables que estaban en manos de empresas establecidas, cuyo potencial de crecimiento era reducido y, por lo tanto, sus necesidades de extenderse en el espacio también eran limitadas, pero no obstante retenían los terrenos.

El significado de estos instrumentos no ha cambiado, aunque sí su carácter específico. En lo que respecta a la infraestructura, hoy en día es posible crear especiales ventajas como zona de radicación en el área de la tecnología de información –a través de medios de transmisión y comunicación eficientes, aunque también por las posibilidades integrar las distintas instancias intervinientes a través de la tecnología de información (ej. entre productores, despachantes, puertos, aduanas, etc.). En lo que respecta a la preparación del terreno hoy en día la cuestión central pasa por el desgaste, en especial al tratarse del reciclaje de superficies en antiguas regiones industriales.

<b>Tabla 3: Principales formas de desgravación impositiva dirigidas a atraer empresas</b>	
Renta	Reducción de tasa de impuestos al ingreso; exención impositiva temporal ( <i>tax holiday</i> ); extensión del plazo de traslado de quebranto (en especial más allá de la fase de la exención impositiva).
Inversión	Depreciación acelerada, subsidios para la inversión.
Venta	Desgravaciones fiscales en base a determinados objetivos de venta.
Valor agregado	Reducción de los impuestos o mejoras impositivas diferidas ( <i>tax credit</i> ) en relación al valor agregado.
Otros egresos	Deductibilidad impositiva, p.ej. para los costos de publicidad.
Importaciones	Exención de derechos de aduana para bienes de inversión, equipamientos o materias primas y/o productos semimanufacturados.
Exportaciones	<p>a) Relativas a la producción, ej. exención de aranceles de exportación; exención impositiva de los ingresos de exportación; tributación diferida de las ventas al mercado interior según la performance de la exportación.</p> <p>b) Relativas a los productos semimanufacturados, ej. devolución de derechos arancelarios (<i>drawback</i>); tributación diferida según la proporción del valor agregado nacional en las exportaciones; deductibilidad de gastos en el país de destino y subsidios de capital para empresas exportadoras.</p>

Fuente: UNCTAD (1996), pág.4

<b>Tabla 4: Principales formas de subsidios y otras subvenciones destinadas a atraer empresas</b>	
Subsidios	Subsidios directos sobre los costos del capital, de producción o de marketing, relativos a determinado proyecto de inversión
Créditos	Créditos subvencionados; garantías del Estado; créditos de exportación asegurados por el Estado
Participación	Participación en la formación de capitales para emprendimientos particularmente riesgosos
Seguro	Seguros subvencionados para situaciones de riesgo específicas, en especial las relativas al tipo de cambio en caso de aporte de capital en el exterior y al riesgo político.

Fuente: UNCTAD (1996), pág. 6.

## **Instrumentos relativos a factores blandos de radicación industrial**

### *Elaboración de una estrategia para la radicación industrial*

El punto de partida de medidas para el fortalecimiento de los factores blandos es la elaboración de una estrategia integral como zona de radicación. Las desgravaciones impositivas, la infraestructura y los terrenos son más bien instrumentos genéricos que pueden aplicarse a las más diversas ramas de la producción. Contrariamente, muchos de los factores blandos están ligados a determinadas ramas o tipos de la producción. Así por ejemplo, si se trata de reforzar el carácter innovador del entorno, resultan indispensables las instituciones de ciencia e investigación, los establecimientos educativos y actores colectivos específicos.

Al formular una estrategia para la radicación industrial, se trata de identificar las ventajas existentes de una región, es decir, aquellos aspectos ventajosos que distinguen a una región de otra. Cualquier planteo de estrategia para el desarrollo de una zona de radicación industrial, en donde exista una gran desproporción entre lo ambicioso de las metas y la calidad de las condiciones básicas, tendrá pocas perspectivas de éxito. El lema de una estrategia para una zona de radicación industrial debería ser: reforzar las fortalezas, eliminar las debilidades. La estrategia para una zona de radicación industrial no debería partir de meras reflexiones sobre las “industrias del futuro”, sino de un sólido análisis de las fortalezas y debilidades existentes –de las industrias existentes y empresas de servicios, instituciones de tecnología y capacitación, infraestructura, federaciones y cámaras.

### *Transformaciones en la organización de la administración destinadas a mejorar el clima económico*

Existe una serie de puntos de partida desde donde es posible reorganizar la administración con el objeto de mejorar el clima económico local:

- Respuesta rápida y cualitativamente buena ante demandas y solicitudes. Para esto, hay instrumentos concretos en la caja de herramientas de la “administración magra”, que apuntan a adaptar los principios de reorganización empresarial a la administración municipal. Estos principios están dirigidos a reducir el aparato administrativo, mejorar la calidad y reforzar la orientación al cliente a la administración municipal. Los puntos de integración de los mismos pueden ser, por ejemplo, la descentralización de tareas y responsabilidades presupuestarias y la introducción de elementos de cálculos de costos y producción, en lugar de mantener principios corporativistas.

- Integración de competencias administrativas. En este sentido, la instancia más abarcativa es la *one-stop-agency*, es decir, la institución de una agencia en el punto de contacto entre empresas, en especial el inversor externo, y la administración pública. El inversor sólo tiene que tratar con la agencia en vez de confrontarse con un sinnúmero de funcionarios y oficinas municipales, como solía ser hasta ahora. La solución de compromiso es la *first-stop-agency*, es decir, una agencia que le presenta sintéticamente los requerimientos administrativos a las empresas interesadas en invertir y les brinda su apoyo para contactarse y negociar con las oficinas y funcionarios correspondientes.
- Creación de un clima propicio para la actividad económica a través de actores clave (intendente, etc.): en este aspecto son factores importantes una declarada y manifiesta actitud de apoyo a la actividad económica por parte de actores políticos y administrativos relevantes, así como la posibilidad de acceso directo a los actores clave en caso de producirse bloqueos masivos al desarrollo de actividades económicas. La actitud y competencia de dichos actores puede resultar decisiva, sobre todo si se trata de inversores externos. El “bienestar subjetivo” de los actores con poder de decisión dentro de las empresas al tratar con las cúpulas políticas y administrativas no debe subestimarse como elemento de decisión.
- Estilo cooperativo en el trato entre políticos/administración y cámaras/federaciones: El clima económico no sólo se traduce en declaraciones políticas, sino también y precisamente en la práctica del trato entre estado y sector económico. Un tipo de relación cooperativa y constructiva entre ambas partes puede constituir un factor positivo para una zona de radicación industrial, no sólo en el contexto de la formulación conjunta de una estrategia de desarrollo.

#### *Estimulación y apoyo de la cooperación entre las empresas*

Algunas zonas de radicación industrial se destacan a través de una intensa cooperación formal e informal entre las empresas, otras por una marcada cultura de desconfianza y rechazo a las diversas formas de cooperación. Es posible crear un clima de cooperación recurriendo a distintas medidas. Se trata de una tarea que compete en primer término a las cámaras y federaciones y también a las empresas. Por ejemplo, organizando círculos de trabajo por rama, actividad o área temática y a través de la oferta de servicios, se puede aportar efectivamente a que aun aquellas empresas poco proclives a la cooperación y con escaso ejercicio de la misma, se involucren en el intercambio de experiencias. En todos los casos esto tiene un efecto positivo sobre la productividad de cada empresa, ya que puede participar de un proceso de aprendizaje colectivo que, por lo general, se desarrolla más rápidamente que en caso de estar aislada. Más allá de esto, de esta manera es posible crear

una atmósfera que aliente potenciales fundadores de empresas y, además, resulta atractiva para las empresas externas.

El Estado también puede brindar un aporte para la creación de una atmósfera de cooperación; una posibilidad sería implementar medidas específicas en las licitaciones públicas (ej. admisión de grupos de empresas).

### *Construcción y fortalecimiento de establecimientos de educación superior e instituciones tecnológicas*

En este contexto se destacan los siguientes puntos:

- Creación de nuevos establecimientos de educación superior, reforma y/o establecimiento de nuevos niveles de formación en las instituciones existentes: aquí se trata en especial de establecer aquellas instancias educativas estructuradas según el perfil que la especialización local o regional requiere. Junto a los instrumentos usuales como las consultas a las empresas o discusiones regulares con confederaciones y cámaras empresariales, puede resultar significativo medir el interés del empresariado de acuerdo a su disponibilidad para enviar colaboradores suyos como docentes que percibirán, por esta tarea, bajas remuneraciones.
- Elaboración de una estadística y publicación regular de las transformaciones estructurales del mercado de trabajo local: junto al ámbito de la oferta, también habría que considerar el de la demanda, es decir, los estudiantes. A menudo, quienes ingresan a una carrera eligen su especialidad sobre bases muy inseguras, es decir, sin contar con datos confiables sobre la actual situación de la demanda respecto de determinadas calificaciones, y mucho menos de las proyecciones a mediano plazo. En este sentido, se puede brindar un importante aporte realizando los correspondientes análisis del mercado laboral y difundiéndolos en las escuelas superiores.
- Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica: los institutos tecnológicos no son sólo aquellas instituciones dedicadas a la investigación de altas tecnologías. En primer término se trata esencialmente de la existencia de una estructura de instituciones MNPQ eficientes (encargadas de efectuar controles y verificaciones), que instruyan a las empresas sobre normas vigentes y las apoyen en su introducción. Más allá de esto resulta provechoso que haya instituciones que efectúan un scanning mundial de nuevas tecnologías de procesos y productos sobre algún sector específico con fuerte representación local, y asesoren correspondientemente a las empresas. A esto se pueden agregar centros de demostración para nuevas tecnologías y establecimientos de

asesoramiento tecnológico. El último escalón en la construcción de una infraestructura tecnológica lo representan los centros de investigación que desarrollan proyectos de investigación concretos en cooperación con empresas locales, o por encargo de las mismas.

- Conformación de centros de creación de empresas con orientación tecnológica: a grandes rasgos, estos establecimientos han dado resultado; las evaluaciones en sentido contrario se explican, en todo caso, por expectativas desmedidas. El éxito de los centros de este tipo depende, en primer término, de la medida en que se ajusten al perfil de especialización regional.

### *Mejoramiento de la imagen*

Los instrumentos más importantes en este aspecto son la elaboración de medios de presentación (video, CD-ROM, diskette, folletos), anuncios en la prensa internacional y presencia en Internet.

## **Panorama**

En los países industrializados, la práctica de la promoción económica se transforma, pasando de una serie de instrumentos fundamentalmente orientados a la subvención hacia un amplio mix de instrumentos que apunta más claramente a estimular el potencial local que a atraer inversores externos. El peso relativo de estos dos objetivos será distinto en países en desarrollo que tienen elevadas tasas de crecimiento y, por ende, resultan atractivas para los inversores externos. No obstante, también en este caso será de gran importancia la movilización del potencial local. Para los actores locales y regionales en los países en desarrollo existe la posibilidad de aprender de las experiencias de los países industrializados, es decir, pueden evitar gruesos errores y abordar tempranamente una práctica dirigida, en primera línea, a fortalecer la zona de radicación industrial y a mejorar el clima económico.



### Cuadro de texto 1: Política industrial

La política industrial (PI) abarca aquellas medidas dirigidas a la transformación de la estructura industrial del sector I (reducción de las capacidades de las “viejas” industrias, promoción de las “nuevas” industrias), a la transformación de la estructura industrial de la región y al refuerzo de la competitividad. Comparte ámbitos con muchas otras áreas de la política. En este sentido, las principales intersecciones se producen en las siguientes ocho áreas:

**Política de empleo.** La política industrial no es un objetivo en sí. Con el establecimiento de industrias y el aumento de su competitividad deberían crearse y mantenerse puestos de trabajo más productivos que en otros sectores y que, por lo tanto, ofrecen mejores posibilidades de ingresos para los empleados. Cuando grandes cantidades de puestos de trabajo corren peligro, la política industrial resulta a menudo un instrumento de la política de empleo.

**Política tecnológica:** La política tecnológica tiene dos objetivos: la promoción y creación de un nuevo hardware y un nuevo know-how, y también su difusión en el ámbito económico. De esta forma, la mayoría de los programas de política tecnológica forman parte de la política industrial (exceptuando alejadas áreas de aplicación de la política de investigación y de la política tecnológica del sector agrario).

**Política competitiva:** En la política competitiva se han desarrollado cambios en dos terrenos. Por una parte, ha variado el modelo de competencia plena hacia la competencia funcional. Esto significa, como implícito de la naturaleza de la producción industrial, que en muchas ramas de la producción habrá sólo pocos oferentes (en especial por una cuestión de *economías de escala*, y también de ventajas del aprendizaje). Desde el punto de vista de la política industrial es más significativa la segunda transformación: mientras que antes la dimensión de referencia era la competencia en el correspondiente mercado nacional, ahora se recurre cada vez más a la competencia global. Con esto, no sólo se toleran unidades empresariales más grandes sino que también se las estimula, ya que los actores políticos parten de que en la competencia global, solamente pueden subsistir las empresas suficientemente grandes.

**Política comercial.** (1) Desde Friedrich Ling existe una fundamentación económica para la utilización dirigida de la política comercial a la política de desarrollo nacional; List hablaba de “aranceles orientadores”, en el debate anglosajón se lo llama “infant-industry-protection”. Se trata de crear las condiciones para que las empresas de una nueva rama industrial puedan transitar una fase de aprendizaje para después poder competir con empresas extranjeras, a través de un bloqueo temporal del mercado interno. (2) Desde los años 80, en la economía se desarrolla un debate sobre comercio y desarrollo industrial en torno del concepto “política comercial estratégica”. En este sentido, algunos economistas critican la ortodoxia neoclásica, según la cual el libre comercio sería en todos los casos un maximizador del bienestar, y argumentan que un país puede obtener ventajas a partir de la protección selectiva de sus industrias, lo que no sería posible en condiciones de libre comercio. (3) La política comercial es un instrumento pragmático utilizado con frecuencia para la reducción de los concomitantes negativos de transformaciones industriales, sea bajo la forma de restricciones aplicadas unilateralmente, de restricciones negociadas (que pueden tener vigencia por periodos prolongados, como fue el caso en los países industrializados del “Acuerdo Multifibras<sup>3</sup>” para la restricción de importaciones textiles y de indumentaria o de medidas de apertura del mercado.

**Política de infraestructura:** Las intersecciones entre la política industrial y de infraestructura son de dos órdenes. Por un lado, el desarrollo de una infraestructura eficaz es una condición esencial para la competitividad industrial –una infraestructura ineficiente (calles en mal estado/demasiado transitadas, falta de rieles o vías fluviales, puertos caros/lentos, comunicaciones y suministro de energía no confiables/caros) pueden anular fácilmente otras ventajas competitivas. Por otra parte, en el contexto del desarrollo de la infraestructura, la política pública de compras siempre ha servido a efectos de la política industrial. Resultan

particularmente evidentes los efectos político-industriales de la política de infraestructura en el ámbito de la política energética.

**Política energética:** la decisión por un sistema centralizado con grandes plantas para la generación de energía de consumo final sin competidores (como en Alemania) plantea estímulos completamente diferentes, para el desarrollo de las correspondientes industrias de plantas, a los que presenta la decisión por un sistema descentralizado y orientado a la competencia.

**Política regional.** el objetivo principal de la política regional tradicional era la dinamización económica de regiones débiles. Un instrumento central, en este sentido, ha sido la adjudicación de subvenciones a empresas externas para que invirtieran en estas regiones pese a una más baja calidad como zona de radicación industrial; es decir, una medida de influencia inmediata sobre la estructura industrial (aunque no se dirigía específicamente a la misma). Las últimas acciones de la política regional apuntan a la movilización de potenciales endógenos a través del desarrollo activo de las ventajas competitivas, y por eso es prácticamente imposible separarlos de las políticas para el fortalecimiento de las zonas de radicación industrial.

**Política del sector financiero.** Aun cuando en la mayoría de los países de la OCDE la proporción más grande de las inversiones de las empresas se financia internamente, las políticas dirigidas a la estructuración del sector financiero tienen una gran influencia sobre el desarrollo industrial. Las regulaciones y estímulos dominantes en el sector financiero, manejados en gran parte políticamente, son los que deciden en qué medida y también en qué fase los bancos apoyarán innovaciones y reestructuraciones industriales.

**Política ambiental:** En el debate actual, la protección ambiental y la competitividad industrial aparecen en general como metas conflictivas –una mayor protección ambiental, suele argumentarse, aumenta los costos y reduce el atractivo de una zona de radicación industrial-. Sin embargo, también se puede argumentar en sentido contrario: una política ambiental estricta obliga a las empresas a constantes procesos de adaptación y producciones de máxima calidad, de esta forma aumenta su capacidad de transformación y aprendizaje y así eleva su productividad a mediano plazo. Además, la industria de tecnología ambiental se perfila especialmente como industria del futuro.

Cabe señalar otra cuestión que resulta significativa: si bien existe la política industrial, no hay una política del sector servicios. En otras palabras: hasta ahora nadie ha pensado en unificar conceptualmente todas aquellas medidas que representan intervenciones en la estructura del sector servicios. Por el contrario, sucede que el concepto de política industrial incluye no pocas medidas dirigidas a las empresas prestadoras de servicios – en la política tecnológica, todas aquellas que apuntan a la promoción de empresas de software o instituciones de asesoramiento tecnológico, u otras medidas en el marco de la política de infraestructura (ej. telecomunicación o tránsito). La política industrial de este modo no se limita a aquellas medidas que apuntan exclusivamente al sector secundario, sino que abarca al menos también aquellas dirigidas a las prestaciones de servicios orientadas a la producción.

**Tabla 5: Factores de radicación industrial**

<i>Factores duros</i>	<i>Factores blandos vinculados a las empresas</i>	<i>Factores blandos vinculados a las personas</i>
Ubicación respecto de los mercados de referencia y consumo Redes de tránsito (calles, vías férreas, fluviales/marítimas, aéreas) Mercado laboral (cuantitativo, cualitativo) Oferta de terrenos Costos de los terrenos y de los alquileres (industriales) Costos energéticos y ambientales Tributos locales Ofertas de promoción Contactos con la rama/sector Posibilidades de comunicación y cooperación Condiciones para la protección ambiental Establecimientos de enseñanza superior/de investigación	Clima económico local/regional Imagen de la zona de radicación empresarial Imagen de la ciudad/región Posibilidades de hacer carrera Entorno de innovación de la región	Vivienda/entorno de la vivienda Calidad ambiental Escuelas/Capacitación Infraestructura social Costo del tiempo libre Estímulo de la región Estímulo de la ciudad Cultura (diversas manifestaciones) Recogimiento

*Fuente: Hahne (1995)*

**Tabla 6: Relevancia de algunos factores de radicación industrial “blandos” según niveles de la elección de la zona de radicación**

<i>Factores de radicación industrial</i>	<i>Elección macro de zona de radicación (interregional)</i>	<i>Elección micro de zona de radicación industrial (intrarregional)</i>
Establecimientos educativos Oferta cultural Oferta recreativa Clima político/económico Preferencias personales Otros	Universidades, institutos terciarios Teatros, museos, “alta cultura” Paisaje, montañas, lagos, clima Política regional/provincial Imagen de la región Conocidos, parientes, amigos, club Mentalidad de los habitantes	Escuelas Cultura barrial, arte, cine Centros deportivos, parques Política comunal “buen barrio”, edificios representativos vecinos, vivienda propia atmósfera, entorno barrial

*Fuente: Christian Diller, pág. 48, cit. Grabow (1994)*

**Tabla 7: Sistematización de las medidas dirigidas a la promoción regional**

Medidas de promoción directa	Medidas indirectas
<p><b>Promoción a la inversión estatal y supranacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subsidios de inversión</li> <li>• Subsidios para préstamos</li> <li>• Bonificación de intereses</li> <li>• Incentivo al capital de riesgo</li> <li>• Promoción de la investigación y tecnología</li> </ul> <p><b>Estímulos a nivel municipal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios de los terrenos</li> <li>• Precios y derechos de alquiler</li> <li>• Impuestos municipales</li> <li>• Tasas municipales</li> <li>• Moratorias</li> </ul>	<p><b>Previsión del suelo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política inmobiliaria</li> <li>• Planeamiento urbano</li> <li>• Saneamiento ambiental</li> <li>• Tratamiento de terrenos inactivos</li> </ul> <p><b>Política de infraestructura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexiones de tránsito</li> <li>• Infraestructura cercana a la actividad económica: Suministros y servicios, eliminación residuos Telecomunicación</li> <li>• Infraestructura cercana a la economía doméstica Oferta de vivienda, Comercios minoristas, Oferta educativa, cultura, deporte, tiempo libre.</li> </ul> <p><b>Calificación y Empleo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de calificación y medidas determinadas a nivel regional</li> <li>• Centros de formación supraempresariales</li> </ul> <p><b>Promoción de municipios orientados a la radicación industrial</b></p> <p>Centros industriales y artesanales Centros de comercio minorista Centros de innovación y tecnología Parques industriales Parques tecnológicos</p> <p><b>Asesoramiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoramiento empresarial</li> <li>• Información sobre promoción</li> <li>• Oferta/Acceso a la comunicación (ferias específicas, foros de intercambio, etc.)</li> <li>• Transferencia de tecnología</li> </ul> <p><b>Marketing para la zona de radicación industrial, construcción de imagen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad de la zona</li> <li>• Bancos de datos e información sobre la zona</li> <li>• Campañas de imagen</li> </ul> <p><b>Comercio regional cooperativo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política inmobiliaria y de aprovechamiento del suelo</li> <li>• Marketing regional</li> <li>• Agencias regionales de desarrollo</li> </ul>

*Fuente: Hahne (1995)*

**Tabla 8: Factores blandos de radicación industrial. Panorama general.**

<p><b>Mercado laboral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de la administración laboral</li> </ul> <p><b>Infraestructura (orientada a las empresas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de superficies y edificios para un alto nivel de exigencias (parques)</li> <li>• Instalación de comunicaciones en el medio laboral</li> </ul> <p><b>Cooperación/Redes de trabajo/Consenso/Información</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a través de actores públicos</li> <li>• Sociedades público-privadas</li> <li>• Cooperación empresarial y redes de trabajo de empresas a nivel local</li> <li>• Cooperación con instituciones de ciencia y tecnología</li> <li>• Consenso de los actores públicos y económicos</li> </ul> <p><b>Flexibilidad/Mentalidad/Actividades (relativas a la economía)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad de las empresas</li> <li>• Flexibilidad/Actitud de la administración pública</li> <li>• Flexibilidad/Actitud de los responsables de las decisiones políticas</li> <li>• Mentalidad de los trabajadores</li> </ul> <p><b>Posibilidades laborales/Capacitación y perfeccionamiento (relativas a los trabajadores)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de puestos de trabajo</li> <li>• Nivel salarial y de sueldos</li> <li>• Distancia hacia el lugar de trabajo</li> </ul> <p><b>Paisaje/Cualidades de la ciudad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios verdes</li> <li>• Imagen histórica de la ciudad</li> <li>• Estructura y conformación urbana</li> <li>• Situación geográfica de la ciudad/posibilidades de acceso a otros espacios atractivos</li> </ul>	<p><b>Cultura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofertas culturales</li> <li>• Teatros/conciertos</li> <li>• Museos/exposiciones</li> <li>• Música</li> <li>• Infraestructura para la participación de la población en la vida cultural</li> <li>• Cultura barrial/cultura social</li> <li>• Festejos locales/actividades públicas</li> <li>• “Cultura” de café/bares</li> </ul> <p><b>Calidad ambiental</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima</li> <li>• Aire</li> <li>• Agua</li> <li>• Residuos/Eliminación/Reciclaje</li> <li>• Nivel de actividad</li> </ul> <p><b>Valor de la vivienda / Valor del entorno de la vivienda / Valor del tiempo libre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquileres</li> <li>• Disponibilidad de viviendas (atractivas)</li> <li>• Escuelas</li> <li>• Prestaciones para la salud</li> <li>• Mentalidad de las personas</li> <li>• Medios de transporte</li> <li>• Posibilidades de abastecimiento/compras</li> <li>• Posibilidades cercanas de recreación</li> <li>• Posibilidades deportivas</li> </ul> <p><b>Imágenes/Escenarios/Clima</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Modernidad” (industrialización antigua vs. orientación a servicios y tecnología)</li> <li>• Clima de innovación/Clima económico</li> <li>• Ambiente metropolitano (metrópolis vs. Provincia)</li> <li>• Significado histórico (cultural)</li> <li>• Situación política</li> </ul>
--	---

*Fuente: Grabow (1994)*

**Tabla 9: Cambios ante factores de radicación decisivos/importantes según tipo de actividad económica**

	Industria		Sede Central en Europa	Distribución Europea	Prestación de servicios	Investig. y desarrollo
	Tradicional	High-tech				
<b>Factores de negocios</b>						
Proximidad al mercado nacional	3 b	3	4	4	3 a	b
Proxim. Mercado UE	1 c	1 c	3	1	1 c	1 c
Presencia firmas similares		c	4		4 a	1 c
Servicios de apoyo/instalaciones FuE		a	4	a	4 a	2 a
Terrenos disponibles	a	a		a		
<b>Características nacionales y locales</b>						
Gravación fiscal a empresas		4	3	4	4	
Manejo de idiomas	4	2	3	3	3	
Promoción/actitud del gobierno	4 c	4 c	4 c	4	4	3 b
Apoyo financiero	4 a	4 a		4	4	4 a
<b>Factores del empleo</b>						
Disponibilidad	4 a	4 a		4	4 a	4 a
Calidad/calificaciones		1 c	3 b	2 c	1 c	1 c
Relaciones laborales/ incorporaciones	4 a	4 a		4		
<b>Factores de costos</b>						
Costos de terrenos y edificios	a	4 a	3	4	4 b	b
Costos laborales	3 a	4 a		4	3 b	a
<b>Infraestructura</b>						
Calidad calles/vías ferr.	3 b	1 c	4 b	1 c	1 c	2 c
Proximidad puertos	4 a	4 a		1 c		
Proximidad aeropuertos	4 a	2 c	1 c	1 c	1 c	2 c
Calidad de las telecomunicaciones	4 a	2 c	1 c	1 c	1 c	2 c
<b>Calidad de vida, factores personales</b>						
Factores culturales	4 a	4 a	4		a	
Escuelas internacionales		2 c	2 c	a	c	c
Establecim. educativos			c		c	c
Establecim.deportivos/ tiempo libre			c		c	c
Atractivo general de la región		c	c	c	c	c

**Referencias**

**Factores nacionales**

- 1 decisivo, en aumento
- 2 importante, en aumento
- 3 decisivo, estable
- 4 importante, estable

**Factores regionales**

- c decisivo/importante, en aumento/
- b decisivo, estable
- a importante, estable

Fuente: European Communities – Commission (1993), pág. 108

**Tabla 10: Análisis de los factores que condicionan el valor real de un país**

<i>Estabilidad económica</i>	<i>Estabilidad política</i>	<i>Infraestructura</i>	<i>Mercado laboral</i>	<i>Abastecimiento/Provisión</i>	<i>Impacto de la imagen ....</i>	<i>Costos del personal</i>
Inflación, valor de la moneda en el exterior Estructura industrial Recursos naturales Deuda pública, reservas de divisas, sistema bancario, Movimiento de capital, desarrollo general de la economía	Potencial de conflicto político interno/externo Fortaleza/continuidad del gobierno Apoyo por medio de la política (incl. Incentivos) Confiabilidad de la administración Disposiciones sobre inversiones	Redes de tránsito (densidad, calidad, conexiones) Redes ferroviarias Redes vías fluviales Aeropuertos/Líneas aéreas Redes de telecomunicación Suministros (gas, corriente eléctrica, agua) Eliminación de residuos	Cantidad y know-how de los egresados de las universidades, trabajadores especializados, barreras culturales/lingüísticas Experiencia industrial (incl. empresas de 3 turnos; semanas de 7 días) Motivación, capacidad de y disposición hacia el aprendizaje Movilidad, flexibilidad	Cantidad/disponibilidad de proveedores calificados Reglamentación sobre el uso de insumos locales Aranceles de importación/exportación Seguridad de abastecimiento just-in-time	Imagen del país en el exterior Imagen de la marca/firma en el país Productividad de la industria automovilística nacional .	Costos laborales efectivos Productividad laboral

*Fuente: Renschler (1995)*

**Tabla 11: Análisis de los factores que condicionan el valor real de una zona de radicación industrial**

<i>Clima empresarial relativo a zonas de radicación</i>	<i>Características de los terrenos</i>	<i>Riesgos/Plazos/ Permisos</i>	<i>Suministros / Eliminación de residuos / Comunicación</i>	<i>Conexiones de tránsito</i>	<i>Posibilidades de formación y perfeccionamiento</i>	<i>Potencial del mercado laboral</i>	<i>Calidad de vida</i>
<p>Profesionalismo/Competencia de las autoridades e interlocutores</p> <p>Competencia local para la toma de decisiones</p> <p>Emplazamientos industriales</p> <p>Posición de la población frente a emplazamientos industriales en su municipio</p>	<p>Datos geológicos básicos, ej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie</li> <li>• Emisiones</li> <li>• Topografía</li> <li>• Tipo de suelo</li> <li>• Deterioro del suelo</li> </ul> <p>Características especiales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proximidad con otros vecindarios</li> <li>• Factores externos de deterioro (ruido, polvo, efluvios, etc.)</li> </ul>	<p>Condiciones ambientales</p> <p>Adquisición de terrenos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de propietarios</li> <li>• Situación jurídica específica</li> </ul> <p>Permisos de construcción</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones</li> <li>• Dependencias municipales involucradas</li> <li>• Duración</li> </ul> <p>Estado de las medidas de urbanización industrial</p>	<p>Electricidad</p> <p>Suministro de energía (calefacción)</p> <p>Agua /tipo</p> <p>Gas natural</p> <p>Sistema de eliminación de residuos</p> <p>Instancias de telecomunicación, ej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo</li> <li>• Telecomunicación</li> <li>• Transporte</li> </ul> <p>Servicios existentes</p>	<p>Acceso a autopistas</p> <p>Puertos marítimos</p> <p>Conexiones por ferrocarril</p> <p>Aeropuerto</p> <p>Infraestructura planificada</p> <p>Congestionamientos de tránsito</p>	<p>Universidades</p> <p>Formación técnica/comercial</p> <p>Establecimientos como escuelas de formación profesional</p> <p>Programas introductorios de enseñanza</p>	<p>Nivel educativo</p> <p>Egresados del nivel terciario</p> <p>Proporción especializados en áreas comercial y técnica</p> <p>Proporción de quienes manejan el idioma oficial</p> <p>Constitución de empresas</p> <p>Índice de desocupación</p>	<p>Condiciones marco del ámbito público</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jardines de infantes</li> <li>• Escuelas</li> <li>• Hospitales</li> <li>• Tasa de criminalidad</li> <li>• Idioma regional</li> </ul> <p>Condiciones de consumo</p> <p>Costo de la vida; alquileres</p> <p>Costo del tiempo libre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deporte</li> <li>• Cultura</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>

*Fuente: Renschler (1995)*