

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA

**GUANAJUATO: CONCENTRACIÓN DEL SECTOR
TERCIARIO EN LAS PRINCIPALES ZONAS METROPOLITANAS,
1980-2003**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ECONOMÍA
PRESENTA:
TANIA CRUZ GUERRERO

DIRECTOR DE TESIS: ADOLFO SÁNCHEZ ALMANZA

CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO, D. F.

OCTUBRE, 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradezco tanto haber tenido los mejores compañeros durante este largo trayecto, los mejores padres, el mejor Seba, los mejores amigos, los mejores profesores.

Le quiero agradecer profundamente a Rosita y a Francisco que han sido lo mejor de mi vida: mis mejores compañeros de vida, mis guías, mis confidentes, mis grandes maestros, mis amigos, y los mejores padres del mundo, los quiero infinito.

Cómo decirle a Sebastián, si es tantísimo pero vos sabés.

Agradezco a la vida haberme dado a mi gran Juanita y poder disfrutarla y le agradezco tanto a ella por cuidarme siempre.

Gracias a mi familia en Montevideo: Marcos, Ivonne, Sandra, Andrés, Martín, Carla y Natalia, que aburrida hubiera sido esta larga carrera sin ellos, los quiero mucho.

Gracias a mi monumental hinchada acá en México: Clau, Nani, Dina, Jorge, Hilda, Fernando, Israel y Armando siempre alentando con su cariño y su apoyo.

Al abuelo Dimas, a Mari y a Panchito, todos los días presentes. A Mercedes gracias para siempre.

Muchas gracias a Elmer, Juan Luís y Mabel por sus comentarios y su paciencia y especialmente a la genial Luisa incansable junto a mí.

Gracias a Martine siempre ofreciéndome conocimiento para ser cada día feliz, ha sido grandioso haberla encontrado.

Gracias a excelentes profesores y ahora también amigos que me han abrigado acá en México: a Antonio Ibarra y Alejandro Montoya. A Graciela Márquez por su atención y sus amables regaños. A Gustavo Garza por su invitación a formar parte de un importante proyecto de investigación que está a su cargo, por compartir la metodología para hacer posible este trabajo, pero especialmente por sus inagotables enseñanzas que espero continúen. A mi director Adolfo Sánchez que muy pacientemente me ha conducido en este trabajo.

Mil gracias a la Universidad de la República Oriental del Uruguay por la valiosa formación que me dio. Gracias a CONACYT y a la UNAM por haberme brindado esta fabulosa oportunidad, nunca imaginé que luego de haber estado tan lejos de todos modos iba a terminar en esta gran Universidad.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	11
<i>Marco teórico</i>	13
<i>Hipótesis</i>	14
<i>Metodología</i>	15
<i>Estructura de la investigación</i>	16
CAPÍTULO I. CONCEPTUALIZACIONES SOBRE LA LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	19
1. EVOLUCIÓN DE LAS TEORÍAS DE LOCALIZACIÓN.....	20
1.1 <i>Primeras teorías de la localización</i>	20
1.2 <i>La Teoría del Lugar Central</i>	23
1.2.1 <i>La teoría de Christaller</i>	23
1.2.2 <i>Limitaciones del modelo</i>	24
1.2.3 <i>Análisis de las decisiones de localización</i>	27
1.2.4 <i>Evidencia empírica</i>	27
1.2.5 <i>Estudios posteriores: Lösch y Camagni</i>	28
1.2.6 <i>Síntesis</i>	30
1.3 <i>Marshall y las economías de aglomeración</i>	31
1.4 <i>El enfoque Histórico – Estructural: condiciones generales de la producción</i>	35
1.5 <i>Otros enfoques sobre localización</i>	36
2. CONFORMACIÓN ESPACIAL DEL SECTOR SERVICIOS.....	38
2.1 <i>Factores explicativos del crecimiento de los servicios</i>	38
2.2 <i>Clasificación de los servicios</i>	40
2.3 <i>Localización de los servicios y la jerarquía de ciudades</i>	41
2.3.1 <i>Dispersión uniforme de los servicios orientados al consumidor</i>	41
2.3.2 <i>Concentración de los servicios orientados al productor</i>	43
2.4 <i>Localización de los servicios en México y los países subdesarrollados</i>	46

CAPÍTULO II. EL SECTOR SERVICIOS DE GUANAJUATO.....	49
1. GUANAJUATO Y LA TEORÍA DEL LUGAR CENTRAL.....	49
2. CONTEXTUALIZACIÓN GEOGRÁFICA, DEMOGRÁFICA Y ECONÓMICA.....	51
3. CARACTERÍSTICAS MACROECONÓMICAS DE MÉXICO Y GUANAJUATO.....	58
4. ESTRUCTURA Y DINÁMICA DEL SECTOR TERCIARIO ESTATAL.....	67
4.1 <i>Creciente participación de los servicios al productor</i>	67
4.2 <i>Dinámica diferencial de los servicios según ámbitos espaciales</i>	71
5. SÍNTESIS.....	76
CAPÍTULO III. LOS SERVICIOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE GUANAJUATO.....	79
1. ESTRUCTURA TERCIARIA.....	79
1.1 <i>Comercio y servicios al consumidor y comercio y servicios al productor según tamaño de ciudades y producto interno bruto</i>	80
1.2 <i>Mayor desequilibrio intrasectorial según población ocupada</i>	83
1.3 <i>Dinámica del sector terciario</i>	86
2. PARTICIPACIÓN DE LAS CIUDADES EN LOS SERVICIOS DE GUANAJUATO: EL PROTAGONISMO DE LEÓN.....	88
2.1 <i>Creciente participación según producto interno bruto</i>	88
2.2 <i>Concentración equivalente por personal ocupado</i>	93
3. PRODUCTIVIDAD Y ESPECIALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES CIUDADES.....	95
4. SÍNTESIS.....	102
CONCLUSIONES.....	105
APÉNDICE METODOLÓGICO.....	111
APÉNDICE ESTADÍSTICO.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	135

ÍNDICE DE CUADROS, MAPAS Y GRÁFICOS

Cuadro I.1. Clasificación de los servicios.....	40
Mapa II.1. Localización geográfica de Guanajuato.....	51
Cuadro II.1. Población de Guanajuato y sus principales ciudades, 1980-2005.....	53
Mapa II.2. Guanajuato: división municipal.....	54
Cuadro II.2. México y Guanajuato: población económicamente activa por sectores, 1990-2000.....	59
Cuadro II.3. México: PIB por sector y gran división económica, 1980-2006.....	60
Cuadro II.4. Guanajuato: PIB por sector y gran división económica, 1980-2006.....	62
Cuadro II.5. Guanajuato: población económicamente activa por sectores, 1990-2000.....	64
Cuadro II.6. PIB: participación de Guanajuato en la economía nacional por sectores, 1980-2006.....	65
Cuadro II.7. Guanajuato: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	66
Gráfico II.1. Guanajuato: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	68
Gráfico II.2. México: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	69
Gráfico II.3. Guanajuato: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	70
Gráfico II.4. México: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	70
Cuadro II.8. México y Guanajuato: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (tasas de crecimiento anual).....	72
Cuadro II.9. Guanajuato: índice de especialización del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	75
Gráfico III.1. Zona metropolitana de León: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	81
Gráfico III.2. Zona metropolitana de Celaya: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	81
Gráfico III.3. Zona metropolitana de Irapuato: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	82
Gráfico III.4. Ciudad de Guanajuato: estructura del sector terciario según PIB, 1980-2003.....	83

Gráfico III.5. Zona metropolitana de León: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	84
Gráfico III.6. Zona metropolitana de Celaya: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	84
Gráfico III.7. Zona metropolitana de Irapuato: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	85
Gráfico III.8. Ciudad de Guanajuato: estructura del sector terciario según PO, 1980-2003.....	85
Cuadro III.1. Producto interno bruto del sector servicios por subsectores, 1980-2003 (tasas de crecimiento anuales).....	87
Cuadro III.2. Producto interno bruto del sector servicios por subsectores, 1980-2003 (participación en la entidad).....	89
Mapa III.1. Sistema funcional de los servicios en Guanajuato, 2003.....	92
Cuadro III.3. Personal ocupado del sector servicios por subsectores, 1980-2003 (participación en la entidad).....	93
Cuadro III.4. Productividad de la mano de obra del sector servicios por subsectores, 1980-2003.....	96
Cuadro III.5. Índice de especialización del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003. León y Celaya.....	98
Cuadro III.6. Índice de especialización del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003. Irapuato y Ciudad de Guanajuato.....	99
Cuadro III.7. Índice de especialización del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003. Silao.....	100
Cuadro 1. Clasificación de las actividades de servicios y comercio.....	112
Cuadro 2. Guanajuato: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	115
Cuadro 3. Guanajuato: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	116
Cuadro 4. Guanajuato: PIB y PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	117
Cuadro 5. ZML: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	118
Cuadro 6. ZML: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	119
Cuadro 7. ZML: PIB y PO del sector servicios por grupos de	

actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	120
Cuadro 8. ZMC: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	121
Cuadro 9. ZMC: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	122
Cuadro 10. ZMC: PIB y PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	123
Cuadro 11. ZMI: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	124
Cuadro 12. ZMI: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	125
Cuadro 13. ZMI: PIB y PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	126
Cuadro 14. Ciudad de Guanajuato: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	127
Cuadro 15. Ciudad de Guanajuato: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	128
Cuadro 16. Ciudad de Guanajuato: PIB y PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	129
Cuadro 17. Silao: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	130
Cuadro 18. Silao: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	131
Cuadro 19. México: PIB del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	132
Cuadro 20. México: PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003.....	133
Cuadro 21. México: PIB y PO del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003 (porcentajes verticales).....	134

INTRODUCCIÓN

El inicio de la industrialización en el siglo XVIII, junto con el crecimiento de las manufacturas y la expansión urbana, implicaron la necesidad de una red de servicios de distribución y de comercio, por lo que el crecimiento del sector terciario fue paralelo al de las manufacturas (Stanback, 1984).

La industrialización condujo a la creación de un ambiente en el cual la producción de bienes necesitaba el soporte de actividades que mejoraran la competitividad de las empresas, por un lado, y aumentaran la calidad de vida en áreas urbanas, por el otro. En este sentido, los servicios han apoyado el desarrollo urbano y económico: ayudaron en el intercambio de materias primas entre los productores del *Nuevo Mundo* y los consumidores de Europa; y en la distribución y consumo de bienes; disminuyeron las tasas de mortalidad y elevaron los niveles de la salud mediante mejoras de las condiciones sanitarias; en general, aumentaron la calidad de vida. En esencia, este es el rol que los servicios desempeñaron en periodos tempranos y continúan ejecutando en el mundo contemporáneo (Daniels 1985).

A partir de la segunda mitad del siglo XX ha venido sucediendo un claro proceso de servicialización acelerada en los países desarrollados. Hubo un aumento de la demanda de servicios que mejoraban la calidad de vida y elevaban los estándares de educación y capacidades de la mano de obra en las economías avanzadas. Esto debido a cambios en las características de la producción, ya que una creciente proporción de insumos era derivada del conocimiento, la información, la experiencia y era incorporada en el diseño, manufactura, empaque, mercadotecnia, publicidad y distribución de bienes y servicios. Además, la estructura administrativa y organizacional que era requerida para apoyar esos nuevos métodos de producción también generaba un requerimiento adicional de servicios.

De acuerdo con Garza (2006b), la servicialización fue impulsada por los nuevos paradigmas tecnológicos, como el surgimiento de la producción flexible y las telecomunicaciones, entre otras innovaciones, las cuales elevaron la productividad del sector industrial y condujeron a la separación de algunas actividades de servicios que originalmente eran realizadas por las mismas empresas industriales, lo que obligó a mejorar también la

productividad de dichas actividades y a que ganaran participación en las economías. La servicialización acelerada se deriva también de los elevados ingresos y de la alta elasticidad ingreso de la demanda de servicios personales; así como de cambios demográficos y en los estilos de vida que se orientan hacia mayores requerimientos de atención en salud, educación y entretenimiento, que implican más y mejores servicios.

Un reporte del GATT (Tratado General de Comercio y Aranceles) de 1989 señalaba que servicios como los bancarios, seguros, telecomunicaciones y transporte estaban en el corazón de todas las economías proveyendo apoyos esenciales a la manufactura, ya que facilitaban todas las transacciones económicas y eran la fuerza directriz que estimulaba la producción de bienes. De acuerdo con Daniels (1993), los servicios absorbían al menos dos terceras partes del empleo total en los países desarrollados y al menos 50% del PIB. Esta contribución era significativamente menor en los países subdesarrollados. Así, en 1991 la mitad de la población económicamente activa (PEA) de México estaba empleada en el comercio y los servicios. En la actualidad, la población ocupada en México es mayoritariamente terciaria.

El proceso de servicialización ha venido evolucionando de distinta forma en los distintos tipos de países, ya que en los desarrollados está relacionado con formas de ocupación de alta productividad vinculadas a la integración de ciencia y tecnología en el proceso productivo; mientras que en los subdesarrollados, como México, más bien tiene que ver con un aumento de trabajos marginales precarios o de baja calidad ocupacional, así como un robustecimiento del sector informal. No obstante, ha ocurrido un sustancial crecimiento en todos los países desde el último cuarto del siglo pasado.

Vale la pena resaltar que en algunos países desarrollados (Francia, Alemania, Japón, Holanda, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos), la participación de los servicios en el empleo se incrementó tanto en periodos de prosperidad nacional e individual, con tasas de desempleo relativamente bajas y bruscos incrementos del producto y la productividad de la industria manufacturera, como entre 1960 y 1973; como en periodos de tasas altas de desempleo y una productividad que aumentaba más lentamente, como entre 1973 y 1985. Lo anterior permite resaltar la capacidad de los mismos de continuar expandiéndose inclusive durante periodos de recesión o de bajo crecimiento económico.

De acuerdo con Sobrino (2003), el desarrollo económico ocurrido durante la segunda mitad del siglo pasado se caracterizó por dos elementos: i) terciarización de la estructura

económica en casi todos los países con economía de mercado y; ii) nueva división internacional del trabajo que se materializó con la globalización de los procesos industriales. Tales cambios han inducido a que ciertas actividades de servicios se lleven a cabo fuera de la empresa para hacer uso de las economías de escala que esto representa. Este conjunto de actividades se denomina servicios al productor y engloba funciones relacionadas con la banca, seguros, inmobiliarios, control de operaciones, investigación y desarrollo, procesamiento de datos, ingeniería financiera, mercadotecnia, asuntos legales y telecomunicaciones.

En este sentido el objetivo de esta investigación es estudiar el sector servicios dentro del sistema productivo y ocupacional de México y Guanajuato; así como la estructura y la dinámica de las actividades terciarias en la entidad y la distribución territorial de las mismas, con el fin de determinar las características de su organización espacial y sus implicaciones. Se ha elegido Guanajuato como parte de un proyecto más amplio cuya misión es el análisis exhaustivo de todas las entidades de la República Mexicana

Marco teórico

Las actividades económicas se localizan en el espacio formando una jerarquía de ciudades. Al respecto, la *Teoría del Lugar Central* de Walter Christaller señala que en las ciudades más pequeñas se localizan las actividades más comunes y sencillas tales como una panadería; y cuanto mayor es la ciudad, mayor la variedad de bienes y servicios que se ofrezcan ahí, por lo que en los lugares más grandes se encontrarán los productos más especializados. Siguiendo esta lógica, habrá una gran cantidad de pequeñas ciudades y unas pocas de mayor tamaño, las cuales cubrirán no sólo su propia demanda sino también la de su área de influencia, en cuanto a bienes especializados se refiere.

Si bien este marco teórico tiene algunas deficiencias, especialmente la carencia de realidad de sus supuestos, como la homogeneidad geográfica, además de que no sirve claramente para entender la localización de las actividades industriales, resulta muy útil para analizar las terciarias. En efecto, los servicios básicos que se dirigen al consumo final de la población se distribuyen uniformemente a lo largo de una nación o región, explicado esto fundamentalmente por la relación directa con los mercados de consumo que ellos requieren; mientras que, los servicios más especializados, aquellos que sirven como insumos

intermedios para la industria y otros sectores de la economía, inclusive para el mismo sector terciario, se concentran en unas pocas ciudades, que suelen ser las más grandes. Desde esta localización serán capaces de satisfacer las necesidades no sólo de dichas ciudades sino también de un área de influencia que en general depende del tamaño y la importancia de la ciudad donde se localizan.

Hipótesis.

Siguiendo los principios de localización señalados, las hipótesis de esta investigación son las siguientes:

- *Los postulados de la teoría del lugar central evidencian, en general, lo que sucede en los sistemas de ciudades. Esto es una gran concentración de los servicios superiores. Existe un patrón diferenciado mediante el cual las ciudades de mayor jerarquía “dominan” o “subordinan” a otras de menor orden a través del comercio y servicios al productor; mientras que, en lugares de rango menor predominan los servicios al consumidor.*

En el estado de Guanajuato, León es la urbe más importante en cuanto a la magnitud de su población y economía y, por ende, se esperaría que tuviera la mayor participación en la entidad de actividades terciarias, más específicamente de los servicios al productor, mientras que en las ciudades que le siguen como Celaya, Irapuato y la ciudad de Guanajuato, la participación sea menor.

- *En medio de la primordial importancia del sector terciario guanajuatense, el empleo se orienta hacia las actividades menos dinámicas y productivas, por lo que no se trata de una terciarización de alta productividad laboral como la que ocurre en los países desarrollados, sino de aquella que está orientada a los servicios y comercio de baja calificación y valor agregado.*

Metodología.

Para verificar estas hipótesis, se hace un análisis de la estructura y dinámica del sector servicios de Guanajuato y sus ciudades principales, utilizando la información de los censos comerciales y de servicios de los años 1981, 1990, 1994, 1999 y 2004 (cuyos datos son de 1980, 1988, 1993, 1998 y 2003 respectivamente, a los cuales nos referiremos en adelante). Para uniformar las actividades registradas en cada uno de ellos y homogeneizar su contenido recurrimos a la metodología propuesta por Garza (2008)¹. Se utilizarán el producto interno bruto (PIB) y el personal ocupado (PO) por considerar que son las variables principales que caracterizan la dinámica de una economía.

Asimismo, además de centrarnos en la economía guanajuatense, nos enfocaremos en nueve de sus municipios, los cuales conforman tres zonas metropolitanas y dos localidades urbanas no metropolitanas.² La zona metropolitana de León (ZML) constituida por los municipios de León, Purísima del Rincón y San Francisco del Rincón; la zona metropolitana de Celaya (ZMC) conformada por los municipios de Celaya, Cortazar y Villagrán; la zona metropolitana de Irapuato (ZMI) constituida sólo por su municipio; la ciudad de Silao en el municipio del mismo nombre; y la ciudad de Guanajuato, igualmente en su municipio.³

La ZML es la ciudad más grande del estado y la sexta en el país; la ZMC es la segunda del estado y la urbe 28 en el ámbito nacional; finalmente, la ZMI, es la tercera del estado y la 32 del país (Garza, 2005). Silao, si bien no forma parte propiamente de la ZML, es un municipio que está muy interrelacionado con esa urbe por lo que se le tomará como un caso especial en el análisis. Finalmente, se ha considerado la ciudad de Guanajuato, capital política del estado, que tiene por ello una relevancia especial. Asimismo, de acuerdo con el Sistema Urbano Nacional (SUN), la ZML es el área metropolitana del estado de Guanajuato con mayor rango dentro de dicho sistema (rango tres), detrás de la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla. Celaya e Irapuato figuran con rango cuatro, mientras que la ciudad de Guanajuato es de rango cinco (SEDESOL, 2000); lo cual confirma la

¹ En el apéndice metodológico se desarrollan más a detalle los pasos que permitieron el proceso de datos en esta investigación

² La delimitación que da lugar a estas zonas metropolitanas es la propuesta por Garza (2005), la cual se basa en la población de los municipios en el año 2000.

³ Por cuestiones de estilo, en lo que sigue se denominará a la entidad federativa únicamente Guanajuato, mientras que a su capital se le referirá como ciudad de Guanajuato.

importancia de estas cuatro ciudades dentro de la dinámica socioeconómica y demográfica de la entidad y del país.

Como ya se mencionó, los censos que conforman nuestra base de datos son los de 1980, 1988, 1993, 1998 y 2003, por lo que nuestro periodo de estudio son los 23 años cubiertos por ellos. Hubiera sido deseable considerar un periodo más amplio pero la imposibilidad de conseguir los censos anteriores desagregados por municipios, hizo necesario partir de 1980. Igualmente, los subperiodos que se manejan refieren al intervalo entre cada censo económico, además de que caracterizan ciclos de la economía mexicana: el subperiodo de 1980 a 1988 se caracteriza por ser la “década perdida” debido a la crisis de 1982 y a sus efectos en los años siguientes, resultado de la obsolescencia del modelo sustitutivo de importaciones; el segundo subperiodo de 1988 a 1993 fue de cierta recuperación relativa en el contexto de la implantación del modelo neoliberal basado en la apertura del país al mercado mundial; el tercero, de 1993 a 1998 es cuando ocurre la crisis financiera de 1995 resultante de la sobrevaluación de la moneda y de un gran déficit de la cuenta corriente con el exterior; finalmente, el cuarto subperiodo de 1998 a 2003 fue de estabilidad con una recuperación moderada de la economía.

Estructura de la investigación

En el capítulo I se hace una descripción de las teorías más importantes sobre localización de las actividades económicas, con el objetivo de comprender cuales son los factores de los que dependen las decisiones de localización de las empresas para situarse en una u otra ciudad. En ese mismo capítulo se señalan los fundamentos que dan lugar a la localización de los servicios según se trate de servicios al consumidor o servicios al productor.

Los capítulos II y III son la investigación empírica propiamente hablando. En el II se desarrolla el análisis del terciario en la economía guanajuatense empezando por una breve descripción de las características generales del estado, luego de su macroeconomía y de su participación en la economía nacional para finalmente presentar la dinámica y estructura de las actividades terciarias estatales. En el capítulo III, se profundiza el análisis a las ciudades más importantes del estado. Se presenta la estructura y dinámica según producto interno bruto y personal ocupado de los servicios en cada una; su participación en la economía

terciaria estatal; para por último completar el análisis al presentar las tendencias de la productividad laboral y la especialización en estos casos.

CAPÍTULO I. CONCEPTUALIZACIONES SOBRE LA LOCALIZACIÓN

En el presente capítulo se exponen los desarrollos teóricos que sustentan el trabajo empírico de los próximos capítulos y está dividido en dos grandes partes. En la primera se presentan algunas teorías de localización de las actividades económicas. Los planteamientos de von Thünen y Weber se reseñan en el punto 1.1, que a pesar de tratarse de teorías abstractas y con muchas deficiencias, fueron los primeros desarrollos teóricos en este tema y por ello han sido el referente inicial de cualquier análisis. El punto 1.2 que refiere a la teoría del lugar central de Walter Christaller, es el pilar más importante dentro de este marco teórico ya que se trata de la teoría sobre la que se sustenta la presente investigación en el entendido -como se verá más adelante-, de que es la más adecuada para explicar la localización de los actividades de servicios en la red urbana de una región o país.

Los aportes de Marshall a este tema se exponen en el punto 1.3, junto con una explicación un poco más detallada de las economías de aglomeración, pues éstas se han convertido en uno de los factores más importantes que intervienen en las decisiones de localización de la actividad económica. En el punto 1.4 se hace un breve desarrollo del enfoque histórico – estructural que propone Garza como alternativa a las teorías anteriores. Por último, en el 1.5 se presentan los aportes de autores más recientes a pesar de que gran parte de ellos se basan en los desarrollos teóricos antes mencionados.

En la segunda parte se presenta la conformación espacial del sector servicios. Así, en el punto 2.1 se busca explicar el crecimiento de las actividades de servicios señalando algunos de los factores más importantes que han dado lugar a este fenómeno. En el 2.2 se muestran algunas de las dimensiones en que se clasifican las actividades de servicios, para luego señalar cual de ellas utilizaremos en esta investigación. En el punto 2.3 se habla de la localización de los servicios, diferenciando entre los servicios que se dirigen al productor y los que se dirigen al consumidor. En este apartado podremos encontrar tendencias en la localización de los mismos, para que en los próximos capítulos se busque evidenciar si se confirman en la red urbana del estado de Guanajuato. Finalmente en el 2.4 se caracteriza

brevemente el proceso de servicialización en las economías subdesarrolladas, como es el caso de México.

1. EVOLUCIÓN DE LAS TEORÍAS DE LOCALIZACIÓN

1.1 Primeras teorías de la localización

La preocupación principal de las teorías de la localización ha sido explicar las razones en las que se basan las decisiones de los empresas (y de la gente en general) de ubicarse en un lugar determinado. Los trabajos de von Thünen y Weber han sido los pioneros al respecto por lo que son las primeras teorías que abordamos ya que se consideran el punto de partida en cualquier análisis sobre este tema.

Johann Heinrich von Thünen. Este autor admitió igual que Ricardo, que las diferencias en el costo de producción de los productos agrícolas provenían de la utilización de tierra de diferente calidad y de su localización, enfocando su análisis en este último aspecto. Propone gradientes para la renta de la tierra en función de los costos de transporte, que a su vez dependen de la distancia entre el lugar de producción y el mercado de consumo.

Bajo estas condiciones, el costo del transporte crecerá conforme aumente la distancia entre el mercado de consumo y el lugar de producción. Es por ello que los productores racionales intensificarán la producción de productos difíciles de manejar cerca del mercado de consumo y utilizarán la tierra de los límites para otros cultivos o usos.

La propuesta de von Thünen respecto a la localización de la actividad económica, señala que los productos con mayor uso de trabajo y capital, y con un precio alto explicado por su mayor volumen, se ubicarán muy cerca del centro comercial; mientras que los productos menos intensivos en trabajo y capital, cuyo precio es menor debido a su peso ligero, se ubicarán en los límites de la superficie, lejos del mercado central.

En 1909, Alfred Weber desarrolló la *Teoría pura de la localización industrial en el espacio*. Partió del análisis de von Thünen y lo adaptó para estudiar los factores determinantes de la localización óptima de una industria en épocas de desarrollo y crecimiento. Su modelo está orientado a la oferta, ya que enfatizó la localización industrial en

función del proceso productivo. Así, consistía en buscar el costo mínimo de producción para alcanzar la eficiencia en el uso de los factores productivos.

El modelo se aplica a empresas con recursos o materias primas localizadas, es decir, con recursos que sólo existen o se concentran en determinados lugares, como las hidroeléctricas (que usan caídas de agua), las embotelladoras de agua mineral (dependientes de manantiales), o los aserraderos (que dependen de grandes cantidades de árboles). Por ello, a diferencia de von Thünen, Weber observó que la localización de la producción está relacionada no solamente con la distancia del mercado sino también con la distancia a las materias primas localizadas.

Al suponer condiciones de competencia perfecta, costos constantes de los factores y demanda constante, Weber considera inicialmente, el costo de transporte como el factor primario de la localización industrial. Similar al resultado alcanzado por von Thünen, dice que la industria ligera de transformación se ubicará cerca del mercado de consumo, mientras que la industria pesada se ubicará cerca de los recursos naturales. No obstante, más adelante incorporó otros factores de localización como la disponibilidad de mano de obra y la aglomeración de varias plantas en un mismo lugar.

En suma, una empresa se ubicará donde se minimicen su costos de transporte, dependiendo de la localización del mercado de consumo y de donde se encuentren sus factores de producción. No obstante, podría cambiar su localización óptima siempre y cuando el ahorro marginal en los costos de producción (en este caso, la mano de obra) supere el aumento marginal del costo de transporte. Asimismo, una firma seleccionaría otra localización si las economías de aglomeración subsanaran los posibles incrementos en los costos de producción, ya que las ventajas obtenidas por la proximidad con otras empresas podrían ser mayores que el aumento en los costos de transporte si se localizara donde estos se minimizan. Weber terminó concluyendo que las economías de aglomeración eran la principal fuerza para la concentración espacial de las actividades económicas.

En los casos donde la producción requería sólo insumos ubicuos (que se encuentran disponibles en cualquier lugar), el centro del mercado se convertía en el lugar donde se maximizaban las ganancias.

Actualmente, el factor transporte como determinante ha perdido relevancia; sólo los grupos industriales que utilizan insumos voluminosos tienen costos de transporte significativos, pero para la mayoría, las localizaciones se apoyan en sistemas de transporte

con poca variación de costos. En cuanto al factor trabajo, actualmente se deben considerar los siguientes elementos: la existencia de tendencias hacia la igualación de los niveles salariales en el ámbito regional, aunque no entre países; ahorros en el costo de la mano de obra respecto a posibles pérdidas de productividad, ya que si el ahorro en el primero supera a la menor productividad, entonces la selección es ventajosa; la propensión a hacer un mayor uso del capital humano en cierto tipo de unidades productivas (Sobrino 2003).

La crítica más grave que se le puede hacer a este modelo es que no tuvo en cuenta ni los costos de extracción de recursos, ni las limitaciones y costos de almacenamiento. Tampoco consideró que cuanto mayor es el valor agregado de un producto, menor importancia debe tener en el mismo los costos de transporte. Las críticas a las aportaciones de Weber se refieren a la abstracción de sus enunciados y a que no se aplican a las tendencias de localización espacial contemporáneas. Pese a ello, la teoría de Weber ha sido muy útil para comprender muchos fenómenos de la localización industrial y se ha convertido en el punto de partida para el estudio de la misma.

En síntesis, von Thünen consideraba únicamente los costos de transporte como determinantes de la localización de un productor, señalando a su vez que dichos costos dependían tanto de la distancia entre el mercado de consumo y el lugar de producción, como del volumen de la producción. Así, llega a la conclusión de que cerca del mercado se localizarán aquellas actividades con mayor uso de trabajo y capital y con un precio alto, a causa de su gran volumen; mientras que los de menor volumen se localizarán en los límites de la superficie. Por su parte Weber enfatizó la localización industrial en función del proceso productivo y por tanto dependía de encontrar el costo mínimo de producción. A diferencia del de von Thünen, el modelo de Weber se aplicó a empresas con recursos localizados, por lo que no sólo contempló la distancia al mercado sino también la distancia a las materias primas. Inicialmente considera el costo de transporte como el factor primario de la localización industrial, aunque más adelante incorporó la disponibilidad de mano de obra y la aglomeración de varias plantas en un mismo lugar.

1.2 La Teoría del Lugar Central

La teoría del lugar central pertenece a la corriente neoclásica e intenta explicar la distribución, tamaño y dinámica de las ciudades pero de la cual se deriva una explicación de la localización de las actividades económicas; más específicamente, su contribución para entender la localización de las empresas de servicios es ampliamente reconocida. Es en este sentido que el trabajo de Christaller adquiere gran importancia pues ofrece los fundamentos teóricos sobre los que se basa esta investigación. Además de desarrollar los principios de esta teoría, a continuación se exponen también sus carencias; sus aportes al análisis de las decisiones de localización, la evidencia empírica en otros trabajos que lo confirman y finalmente los aportes de Lösch y otros autores.

1.2.1 La teoría de Christaller

Christaller supone que los productores de bienes y servicios toman sus decisiones de localización en un plano isotrópico; en el que una población con igual nivel de poder de compra está uniformemente distribuida; y que todos los insumos están disponibles en todas las localizaciones al mismo precio (insumos ubicuos).

Las empresas deberán encontrar un nicho de mercado disponible para ofrecer su producto o servicio. El tamaño de este mercado debe estar determinado por ciertos factores:

- El volumen de la demanda. Debe haber un mínimo de consumidores potenciales, de los cuales suficientes de ellos desearán obtener el producto, a intervalos frecuentes. En lugares donde la densidad de la población es muy baja, las áreas de mercado necesitarán ser más extensivas que en lugares donde la densidad (y quizás el ingreso) de la población es alta.
- Cada firma debe tomar ventajas de las economías de escala en el proceso de producción.
- Los costos de transporte comprenden los costos de entrega para el vendedor y los costos de trasladarse al lugar de consumo para el comprador. Para cualquier producto, habrá una distancia máxima que un individuo estará dispuesto a recorrer para obtenerlo.

La localización de las empresas es el resultado de un área de mercado que tendrá un límite inferior y uno superior. El primero se denomina umbral de la demanda, y es explicado por la existencia de economías de escala, es decir, es la cantidad mínima demandada que permite que se ofrezca el bien en esa área. El segundo, denominado rango del mercado está determinado fundamentalmente por los costos de transporte.⁴ Más allá de este límite, la empresa no puede mejorar sus beneficios.

Las áreas de mercado para firmas que proveen similares productos serán de igual tamaño, lo que significa que podemos encontrar regularidades en el espacio donde se localizan bienes de un mismo tipo. Los productos con un umbral de mercado chico tenderán a situarse en las poblaciones más pequeñas y aquellos con mayores umbrales se localizarán en las más grandes. Se crea así, una jerarquía de ciudades en la cual hay un limitado número de centros que ofrece una variedad completa de bienes y hay un gran número de lugares con un número pequeño de bienes. Como regla general, los bienes y servicios más complejos y especializados, se encontrarán solamente en los lugares centrales más grandes con acceso a un mercado de gran tamaño. Estas ciudades también proveerán los bienes que se ofrecen en las de menor orden, ya que éstos serán igualmente requeridos por los residentes de las grandes ciudades. Así, la jerarquía de las actividades proveerá una base funcional para la jerarquía de poblaciones, es decir, cada lugar central exportará bienes y servicios a su *hinterland* e importará desde los lugares más altos de la jerarquía urbana. Además, según el modelo, las ciudades del mismo orden no interactúan

El tamaño de la población también puede ser entendido mediante la estructura del modelo del lugar central asumiendo que la población local está en función del empleo, el empleo depende de la producción, y ésta está determinada por el tamaño del mercado al que le sirve esa ciudad. Desde que ciudades de alto orden sirven a varias ciudades de orden menor, el tamaño del mercado se incrementa al igual que la población (Blair, 1991)

1.2.2 Limitaciones del modelo

De acuerdo con el modelo del lugar central: 1) la actividad económica ocurre en un plano homogéneo (implica que los costos de producción no son afectados por los recursos

⁴ También pueden jugar un papel los precios de los bienes y la distribución de la renta que no son considerados por Christaller

naturales); 2) los costos de transporte son los mismos en cualquier dirección; 3) los mercados rurales son distribuidos uniformemente y; 4) factores no económicos (culturales, institucionales, etc.) no son importantes en el desarrollo de las ciudades. A continuación se detallan las limitaciones que acompañan a estos supuestos.

- En la realidad existen diferencias espaciales en los costos de producción, lo que no permite hablar de un plano homogéneo con las mismas oportunidades en dichos costos y por tanto, algunos lugares son mejores que otros para situar la producción. La actividad se instalará allí donde los mismos sean más bajos, lo que no será necesariamente en el centro del mercado; por ejemplo, algunos productores que cuentan con grandes mercados podrían operar en pequeños pueblos debido a los más bajos costos laborales, y al acceso a materias primas, entre otros.

En el caso de actividades manufactureras, éstas son particularmente sensibles a las variaciones de costos en el espacio, por eso cuanto más sensible al mercado sea una industria, más fiel será su modelo de localización a esta teoría.

- Los costos de transporte, en general, son más baratos sobre caminos ya establecidos, por lo que hay una tendencia de los centros comerciales de situarse a lo largo de los caminos. Asimismo, el supuesto de que los consumidores pueden viajar libremente en todas las direcciones tampoco coincide con la realidad debido a las facilidades de transporte que ofrecen mejores oportunidades para moverse en determinados segmentos lo que distorsiona el modelo espacial.

- Asimismo, los vendedores pueden absorber algunos costos de transporte como estrategia para extender sus mercados. Por ejemplo, una tienda de muebles podría ofrecer entrega gratis en cualquier parte de una zona metropolitana con el objetivo de atraer consumidores lejanos a pesar de que los altos costos de la entrega disminuyan los beneficios de la venta. Cuando muchas empresas absorben los costos de entrega, se pueden sobreponer sus mercados.

- Los obstáculos institucionales impiden la integración del espacio económico. Numerosos factores políticos pueden afectar las decisiones de localización. En el comercio internacional, especialmente, dichos factores son muy importantes. Lenguajes, tarifas y diferencias en sistemas legales son algunas de las consideraciones a tener en cuenta en la localización de una empresa.

- El modelo incluye el supuesto de que los productos no son diferenciados, pero en la realidad no es así y es común que un consumidor tenga preferencia por una característica del bien o servicio respecto de otra, por lo que estará dispuesto a pagar una prima por obtener el producto de su mayor agrado. El poder de compra y las preferencias de consumo no son homogéneos en todo el territorio, por lo que es posible que los mercados se traslapen.

- Hay muchos casos en que el lugar residencial es diferente a la localización de las fuentes de empleo. Las comunidades que funcionan como lugares-habitación pueden crecer sin que ello se explique por aumentos del empleo local debido a que los residentes trabajan en otros lugares. En cambio, la teoría del lugar central supone implícitamente que los individuos viven en la misma ciudad que trabajan.

- Finalmente, el modelo es estático y no explica la dinámica del crecimiento urbano. La población puede cambiar por distintos factores como: la incorporación de procesos manufactureros, diferencias de productividad, externalidades, interdependencias interurbanas (especialización de funciones entre ciudades adyacentes del mismo orden), etc.

En definitiva es posible observar que el resultado de estos supuestos son empresas orientadas a los mercados, es decir, que basan sus decisiones de localización exclusivamente en el acceso a los consumidores y no están interesadas en los costos de producción, por lo que las ciudades también estarán orientadas a los mercados de consumo. Por otro lado, el modelo se adapta muy bien a las poblaciones rurales; en cambio no logra modelar la localización de las actividades en áreas urbanas debido a la capacidad de las empresas de elegir ubicaciones directamente contiguas a sus competidores y beneficiarse de las economías de aglomeración.

Algunos servicios educativos, gubernamentales o turísticos eligen su localización tomando en cuenta consideraciones del medio ambiente, requerimientos de transporte muy específicos o inercia histórica. Quizá no es apropiado pensar que esas actividades se localizan en un lugar central y ofrecen sus productos a su *hinterland*; sino que se ubican más bien en centros especializados con mercados mucho más amplios de los que permite el modelo. Asimismo, la localización de las actividades no lucrativas tampoco está conforme a la lógica de los lugares centrales.

1.2.3 Análisis de las decisiones de localización

Si bien la teoría del lugar central no contempla todos los aspectos del apartado anterior, sí provee un útil punto de partida para la interpretación de la localización de los servicios, especialmente para los servicios al consumidor, ya que introduce el concepto de *distribución jerárquica*. Dado el tamaño de una nueva ciudad, la distribución de la población y las características de su sistema de transporte; los principios de la teoría de Christaller pueden ser usados para determinar el número de centros comerciales necesarios, cuan alejados pueden estar unos de otros, donde pueden localizarse, cuantas funciones deberían proveer en cada centro y como el nuevo centro se integraría en la jerarquía regional de centros.

En efecto, la teoría del lugar central ofrece pistas importantes sobre la distribución de los servicios. No todas las industrias de servicios se comportarán de la misma manera, ni en relación con el tamaño de la población en una ciudad ni entre regiones, pero puede esperarse que los servicios al consumidor estén más uniformemente distribuidos.

No obstante, los servicios al productor se ubicarán especialmente en regiones centrales que disfruten de algunas ventajas comparativas. La relativa especialización de las regiones centrales en servicios al productor generará altos ingresos y por tanto mayor poder de compra, lo cual estimulará un alto nivel de provisión de servicios al consumidor en esas mismas regiones. Por ejemplo, universidades u hospitales requieren una costosa inversión en plantas y equipamientos, además de extensas áreas de mercado y pocos establecimientos que ofrezcan el mismo servicio a su alrededor. Por tanto, existirán pocas áreas urbanas que soporten este tipo de servicios, mientras que, empresas de menor orden y no lucrativas que además sean menos especializadas o requieran de mercados más pequeños, se establecerán en un gran número de ciudades.

Por tanto, a pesar de las limitaciones que conllevan los supuestos en que se basa la teoría de Christaller, es posible considerar su teoría como un esquema normativo que proporciona criterios para interpretar la distribución de las actividades de servicios.

1.2.4 Evidencia empírica

De la evidencia empírica encontrada para el trabajo de Christaller, Berry and Garrison (1958) examinaron las actividades económicas de los lugares urbanos en Snohomish County,

Washington y concluyeron que el sistema de lugares urbanos es efectivamente jerárquico, con comunidades que exportan bienes y servicios a lugares de menor orden e importan desde lugares de mayor orden (O'Sullivan, 1996).

Por su parte, Blair (1991) corroboró que las grandes ciudades proveen mayor variedad de servicios que las pequeñas. Otros estudios verificaron que la teoría explica el tamaño y la distribución espacial de las ciudades en regiones agrícolas homogéneas, y en menor medida los modelos urbanos en regiones complejas. Además, que la distribución de las actividades de servicios puede ser razonablemente explicada por la teoría, mientras que la manufactura, las actividades de extracción y las públicas no.

1.2.5 Estudios posteriores: Lösch y Camagni

El análisis de Lösch no es en si una teoría de la localización sino que busca explicar de manera abstracta la estructura espacial de una economía en una planicie que tenía como característica principal la homogeneidad espacial.

Los supuestos del modelo son: un plano isotrópico (área totalmente homogénea) que no tiene fronteras ni barreras topográficas; los insumos se encuentran distribuidos de manera eventual y adecuada en un plano abierto, es decir, son ubicuos; los costos de transporte son proporcionales a la distancia; los individuos tienen idénticas preferencias y nivel de ingreso y tienen funciones de demanda idénticas; además están distribuidos uniformemente en la planicie; los productores y los consumidores son agentes económicos que buscan maximizar su utilidad; y cuentan con información perfecta del mercado

Con estas condiciones, la cantidad de producto demandado por cada consumidor dependerá del precio del producto en la fábrica y de los costos de transporte que están determinados por la distancia a la que se encuentra del consumidor. Es decir, cuanto más lejos esté el consumidor del centro comercial o punto de venta, mayor será el precio que deberá pagar por el bien o servicio. Asimismo, al igual que Christaller, en este modelo se toman en cuenta las economías de escala en el desarrollo de las áreas comerciales. Al considerar los costos medios como un factor determinante de la producción, las economías de escala juegan un papel importante en la aglomeración espacial de las empresas o fábricas. Así, las economías de escala son cruciales para la existencia de regiones urbanas. Si no las

hubiera, los bienes y servicios podrían ser producidos en cualquier tamaño de escala arbitraria, a fin de satisfacer la demanda de pequeños grupos de consumidores.

El número de centros comerciales disminuye al incrementarse el número de industrias concentradas en ese lugar, por lo que cuanto mayor el tamaño de los centros, mayor será la distancia respecto a otro del mismo tamaño. El modelo de Lösch es algo más general y menos restrictivo que el de Christaller, ya que los centros de mayor orden no tienen que incluir necesariamente a todas las industrias de rango menor.

Por su parte, Camagni sugiere que hay tres tipos de conducta espacial que han evolucionado a través del tiempo y las cuales pueden ser usadas para interpretar el cambio en la localización de las actividades económicas y la estructura urbana. La más ampliamente establecida es la conducta territorial: las empresas compran y venden en áreas (o mercados) con límites geográficamente definidos. Los costos de transporte determinan los límites de esos mercados y resultan en una distribución de ciudades de acuerdo con los principios propuestos por Christaller (Daniels 1993).

El segundo tipo es cuando impera la conducta competitiva, las empresas no están confinadas a un mercado limitado geográficamente sino a competir para obtener una participación (tan grande como sea posible) del mercado nacional o mundial. En este caso, la mercadotecnia se vuelve una parte principal de la producción en detrimento de los costos de transporte; los bienes y servicios son intercambiados entre mercados, y las empresas se organizan en unidades especiales: de mercadotecnia, investigación y desarrollo (I+D), de dirección o de personal. La especialización permite a las empresas tomar ventaja de las economías de escala así como de las de localización.

La tercera y más reciente conducta espacial está basada en la organización de redes y surge como respuesta a la necesidad de las empresas de innovar y mantenerse a la cabeza de sus competidores; requiere un estado de conocimiento en actividades altamente especializadas, y experiencia para establecer cooperativas y acuerdos estratégicos con otras empresas. Las economías de escala son alcanzadas a través de la cooperación y la repartición de las ventajas entre los participantes. Las redes resultantes no están limitadas por cuestiones geográficas sino por la disponibilidad de medios adecuados tales como telecomunicaciones para intercambiar información de manera rápida y confidencial.

Ni la conducta competitiva ni la de redes reflejan bien los principios de la teoría del lugar central, ya que empresas de diferentes tamaños y funciones podrían tener relaciones

entre ellas, es decir, hay un cambio de énfasis desde vínculos verticales a horizontales. En las partes del sistema urbano en las cuales los servicios relacionados con el consumidor sean los dominantes, serán organizadas de acuerdo con la teoría de Christaller; mientras que en las partes del sistema en las que la manufactura y los servicios al productor sean los componentes prominentes se organizarán (espacial y funcionalmente) como redes especializadas y complementarias de ciudades o como redes de cooperación. Camagni señala que en la cima habrá una red de pocas ciudades dependiendo de las telecomunicaciones internacionales (y de los medios físicos de transporte) para la competencia y la cooperación. Esta red instalada en la cima contará, además, con relaciones con las ciudades nacionales especializadas de un segundo estrato, que a su vez estarán relacionadas entre ellas horizontalmente a través del comercio y otras actividades. El tercer estrato comprenderá redes regionales especializadas y así sucesivamente. Por tanto, las relaciones jerárquicas del tipo de las especificadas por Christaller operarán entre las de un estrato y otro, es decir, en la dinámica vertical de este modelo, mientras que no contempla la interacción entre ciudades del mismo estrato. Así, para la teoría del lugar central, las ciudades más grandes tendrán vínculos con la mayoría de las otras ciudades en el sistema, mientras que las ciudades más pequeñas tenderán a tener fuertes vínculos con la ciudad grande más cercana.

1.2.6 Síntesis

En síntesis, la teoría de Christaller es la más importante debido a la utilidad que tiene para esta investigación. De acuerdo con este autor, la localización de las empresas es el resultado de un área de mercado cuyos límites están determinados por la existencia de economías de escala y por los costos de transporte, por lo que finalmente esto son los dos elementos de los que depende la localización de las empresas. En este sentido, las empresas que requieren importantes economías de escala para su funcionamiento se situarán en poblaciones grandes y aquellas con umbrales de mercado más pequeños se situarán en lugares más chicos. Se crea así, una jerarquía de ciudades con un limitado número de centros que ofrece una variedad completa de bienes y un gran número de lugares con pocos bienes. Como regla general, los bienes y servicios más complejos y especializados, se encontrarán solamente en los lugares centrales más grandes con acceso a un mercado de gran tamaño, además de proveer los

bienes que se ofrecen en las de menor orden, ya que éstos serán igualmente requeridos por los residentes de las grandes ciudades.

Aunque los supuestos en que se basa la teoría de Christaller no son reales, se puede considerar como un esquema normativo que proporciona criterios para interpretar la distribución de los servicios y es acá donde radica la importancia de la teoría en el marco de esta investigación.

El modelo de Lösch es algo más general y menos restrictivo que el de Christaller, ya que los centros de mayor orden no tienen que incluir necesariamente a todas las industrias de rango menor. Mientras que para Camagni hay tres tipos de conducta espacial: la territorial, la competitiva y la basada en la organización de redes. La primera de ellas apoya los principios de la teoría del lugar central y concluye que en las partes del sistema urbano en las que los servicios al consumidor sean los dominantes, serán organizadas de acuerdo con la teoría de Christaller; mientras que en las partes en las que la manufactura y los servicios al productor sean los componentes prominentes se organizarán como redes especializadas y complementarias de ciudades o como redes de cooperación.

1.3 Marshall y las economías de aglomeración

En este punto, además de exponer los aportes de Marshall a las teorías de la localización, es importante hacer una breve descripción de las economías de aglomeración que surgen en el desarrollo de Weber y del mismo Marshall y que han sido recurrentes en la explicación de las decisiones de localización de las actividades económicas.

Entre otros aportes a la teoría económica, en 1920 Marshall se enfocó en dar explicación a la concentración de las actividades económicas en una misma ciudad; así, identifica tres factores determinantes. Primero señala, si un elevado número de empresas de un ramo se localiza en un mismo lugar, se crea un mercado de trabajadores cualificados que traerá beneficios tanto a los mismos trabajadores como a las empresas. La lógica que Marshall plantea es, por un lado, que las empresas buscan localizarse en lugares donde es probable encontrar una gran variedad de trabajadores con ciertas habilidades técnicas y/o profesionales; y por otro, los trabajadores en busca de empleo se dirigen a lugares donde existen empresas que puedan necesitar obreros de su especialidad. El punto clave para que la formación de un mercado de trabajo conjunto resulte ventajosa es que deben existir

suficientes economías de escala que promuevan la elección de un único emplazamiento productivo por parte de las empresas (Krugman, 1992).

El mercado de trabajo conjunto es útil particularmente cuando las empresas tienen demandas inestables de trabajo. Si tales empresas se ubican en un gran centro de trabajo calificado, pueden adquirir fuerza de trabajo rápidamente cuando así lo requieran. Además, si una industria requiere una calificación única, esto podría propiciar el desarrollo de una escuela o entrenamiento de trabajadores con esa característica.

En segundo lugar, una industria concentrada en un mismo lugar estimula la existencia de un mayor número de proveedores locales especializados, lo que a su vez vuelve a la industria más eficiente y refuerza la concentración. Como en el caso del mercado de trabajo conjunto, un mercado concentrado de factores intermedios depende de forma crucial de que existan en alguna medida economías de escala; es decir, permitirá que un gran centro de producción disponga de proveedores más eficientes y más diversos que uno pequeño.

Vale la pena notar, respecto a los costos de transporte, que los complejos industriales concentrados emergerán sólo si es más caro transportar los factores intermedios que los bienes finales. De hecho, dicha concentración ocurrirá siempre que los costos de transporte de los bienes intermedios no sean particularmente bajos en comparación con los de los productos finales.

Por último, debido a que la información fluye con más facilidad en un ámbito reducido que entre grandes distancias, en un centro industrial se genera una *ósmosis tecnológica* (technological spillovers); es decir, una empresa tendrá conocimiento más rápidamente de las innovaciones y los avances tecnológicos hechos por otra y responderá con mayor velocidad a la competencia o bien integrará nuevas mejoras a sus productos. De acuerdo con Marshall, las externalidades tecnológicas son los determinantes más obvios de la concentración.⁵

⁵ Posteriormente la nueva geografía económica (NEG) retoma las ideas de Marshall en la elaboración de una teoría de desarrollo económico urbano. Supone una estructura de mercado imperfecta y encuentra que el crecimiento urbano y por ende la tendencia hacia la concentración territorial es producto de la acción de las tradicionales economías de aglomeración.

Fujita, Krugman y Venables, dentro de esta corriente, llegan a dos conclusiones: la primera es que en un mundo donde los rendimientos crecientes y el costo de transporte son importantes, los encadenamientos hacia adelante y hacia atrás pueden crear una tendencia hacia la aglomeración y *ceteris paribus*, los productores querrán localizarse cerca de sus proveedores y de sus clientes. La segunda, es que la inmovilidad de algunos recursos actúa como fuerza centrífuga opuesta a la centrípeta de la aglomeración. La tensión entre estas fuerzas configurará la evolución de la estructura espacial de la economía.

Por su parte, Weber define los factores de aglomeración como ventajas de producción y/o comercialización que resultan del hecho de que gran parte de la producción se realice en un mismo lugar.

Se entienden como economías de aglomeración, las reducciones de costos que ocurren conforme aumenta la escala de la actividad económica urbana. Existen varios tipos de éstas, desde las que surgen dentro de la misma empresa hasta las que provienen de una región.

- Economías de aglomeración interna. Se trata de reducciones en los costos medios de una empresa cuando expande su actividad en un mismo lugar. Desde que la firma que se expande es la que recibe los beneficios, la economía de aglomeración es interna. Se relacionan con la ciudad porque a mayor tamaño urbano, mayor demanda del producto. Estas economías son el factor más significativo para la concentración técnica o la concentración de la producción en pocas unidades productivas.

Las economías de aglomeración interna no solo provienen de la caída de costos medios debido a un aumento en el volumen de la producción, sino también debido a la introducción de nuevas líneas de productos; a una mayor división de trabajo, al uso de tecnologías alternativas, etc.

- Relaciones interindustriales. La tendencia de las empresas que comercian con otras de localizarse en la misma región es una de las principales causas de la aglomeración industrial. Ocurre con los encadenamientos hacia atrás y hacia delante; es decir, con los acuerdos que va generando una empresa tanto con sus proveedores de insumos como con sus distribuidores y clientes (estos últimos en caso de tratarse de productos intermedios). La efectividad de la aglomeración depende de la importancia de la proximidad a otros establecimientos más que a otros factores locacionales.

- Economías de localización. Estas economías son externas a la firma pero internas a la industria; se obtienen por la concentración de firmas de una industria en una localización particular, dando origen a la especialización de las funciones económicas de una ciudad. Ocurren cuando incrementos en el producto de un grupo de firmas en un lugar en particular resulta en costos más bajos para empresas de esa industria en ese lugar.⁶ Eligiendo localizarse cerca de sus competidores o de servicios que forman parte de sus insumos, una

⁶ Se denomina industria al grupo de empresas relacionadas por un producto similar, un proceso de producción o por insumos, más que por una definición formal

empresa puede estar cerca de las innovaciones de otras, de la tecnología y del conocimiento que ellas utilizan, lo que le permite mejorar sus productos y responder mejor a la competencia; al tiempo que ubicarse cerca de los consumidores le permite conocer más detalladamente la demanda de los mismos para ofrecerles productos adecuados. En otras palabras, los vínculos son la base de las economías de aglomeración. El potencial para usar alguno o todos estos vínculos es claramente mayor cuando las empresas están juntas, lo que les permitirá incrementar sus ingresos.

El valor de ser parte de una aglomeración geográficamente limitada también permite otras economías externas como crear demanda de trabajo (calificado y no calificado), facilidades de transporte público y privado y una variedad completa de otras facilidades en infraestructura (Daniels 1985). Así, un mercado de trabajo conjunto, compartir maquinaria especializada y otros factores de producción, y la posibilidad de comparar productos en centros de compras, son otros factores importantes de economías de localización. Respecto al último, cuando los consumidores demandan variedad de demostraciones, establecimientos similares podrían aglomerarse. Una tienda adicional en un centro de compras podría beneficiar a todas las tiendas haciendo el lugar más deseable para los compradores. Los hogares son los beneficiarios directos de la variedad de demostraciones porque sus costos al comprar bajarían; no obstante, algunas de esas ventajas podrían ser capturadas por los vendedores debido a las grandes ventas. La aglomeración por la variedad de exhibición es más probable que ocurra para productos diferenciados en cualidades y precio que permitan hacer comparaciones.

- Economías de urbanización. Son el más difuso tipo de economía de aglomeración, son externas a la unidad productiva y a la industria. Son una fuente indirecta de ventajas a la producción debido al tamaño de la ciudad e inciden en la diversificación de la estructura local. El ahorro de costos surge cuando el volumen de actividad en un área urbana aumenta, aunque las empresas que participan no estén directamente relacionadas.

Los componentes de las economías de urbanización son la infraestructura de una región, que se traducen en insumos para una amplia variedad de actividades de producción y consumo; por ejemplo, el transporte es un importante componente de la infraestructura urbana. Las economías de urbanización podrían también resultar de una más extensiva división del trabajo que se puede originar por el gran tamaño de las actividades económicas. Es decir, actividades que no pueden ser realizadas en una empresa pueden obtenerse de otra.

Se puede concluir que las economías de urbanización acarrear ventajas para la diversificación económica local, mientras que las de localización favorecen la especialización funcional. Existe consenso en que las economías de aglomeración propician la concentración espacial de las actividades en pocos puntos del territorio y que las economías de localización generan la concentración sectorial.

En síntesis, Marshall se enfoca en explicar la concentración de las actividades económicas en un lugar y considera como los tres principales factores, al mercado de trabajo conjunto, al mercado de factores y, las externalidades tecnológicas. Asimismo, entendimos que las economías de aglomeración se han convertido en uno de los principales factores a la hora de explicar la localización de las empresas, diferenciando los distintos modos en que ellas pueden existir y como afectan a las decisiones de las firmas, desde la más general con las economías de urbanización hasta la más específica de una empresa con las economías de aglomeración interna.

1.4 El enfoque histórico – estructural: condiciones generales de la producción

A pesar de la brevedad con la que se aborda el siguiente enfoque, es importante comprenderlo en este marco teórico debido al diferente punto de vista con el que Garza analiza la localización de las empresas. Así, el trabajo de este autor se convierte en una importante alternativa metodológica de los anteriores.

De acuerdo con Garza (2009), es necesario dar un papel fundamental a la historia, es decir a las condiciones iniciales, en la formación del paisaje económico. Si bien las empresas se localizarán donde maximicen sus utilidades (o minimicen sus costos), su decisión estará histórica y socialmente determinada por la construcción secular de un importante conjunto de obras de infraestructura o condiciones generales de la producción (CGP) que en conjunto, constituyen una fuerza de producción socializada.

Las CGP constituirán la estructura material que va aglutinando históricamente al conjunto de otros factores de desarrollo que no forman parte de los medios de producción de las empresas. Las CGP conforman un capital social que convierten a las ciudades en unas verdaderas fuerzas productivas indispensables para la operación de los agentes económicos. De acuerdo con este enfoque, las condiciones generales de la producción se convierten en la

principal categoría que sirve para explicar la distribución espacial de las actividades económicas y la fuerza de trabajo.

En el mismo sentido, los servicios generales de la producción (SGP) son todos los servicios requeridos para que el proceso de trabajo se efectúe, pero que no forman parte de los servicios internos de la empresa, ni de los que proporcionan en forma mercantil otras empresas. Así, los SGP y los CGP son factores de atracción determinantes para la localización de las actividades productivas y de la población (Garza; 2006e).

Sin embargo, dados los objetivos del presente trabajo se descartó utilizar un enfoque metodológico de este tipo porque implicaría una investigación de mayor envergadura que no era posible emprender.

1.5 Otros enfoques sobre localización

Si bien los autores que a continuación se abordan, retoman gran parte de los trabajos antes vistos, vale la pena mencionarlos con el fin de redondear la exposición de las teorías de la localización.

Melvin Greenhut agrupa los factores que intervienen en las decisiones de localización de las empresas en tres grandes bloques: i) demanda, en cuanto a la localización de consumidores potenciales, competidores, servicios al consumidor y aspectos relacionados con la distribución del producto; ii) costos, en función de la adquisición de insumos; iii) personales, supeditados a categorías no económicas como amenidades, preferencias individuales e imagen urbana.

De acuerdo con Blair (1991), cada empresa está influenciada por muchos factores que son los que tendrá que analizar según las características locacionales deseadas. El autor los enumera de la siguiente manera:

1. Inercia: Una vez que una firma se establece en un lugar, operan muchas fuerzas para que se mantenga en el mismo lugar, por ejemplo, que las razones por las cuales decidió localizarse ahí no hayan cambiado. Asimismo, cuando una empresa desarrolla vínculos con otros agentes (productores, compradores y empleados), la relocalización puede ser un riesgo.
2. Costos de transporte. Los productos que tienen costos de transporte altos respecto al valor del producto final tienden a ser más sensibles a dichos costos. Cuando los

insumos localizados además son difíciles de transportar, la producción tenderá a ubicarse cerca de ellos; mientras que si los insumos son ubicuos no favorecerán un lugar por encima de otro.

Blair señala que, en general, las actividades orientadas al mercado tienden a localizarse en la mediana (donde la mitad de los consumidores están de un lado y la otra mitad del otro lado) más que en la mitad geográfica del mercado. Esta tendencia es conocida como el principio de la localización mediana.

3. Costos de producción. Si en un lugar, los costos de producción se pueden reducir más de lo que aumentan los costos de transporte entonces la producción se localizará en ese lugar. No obstante, estos costos se han vuelto relativamente menos importantes debido a la caída de la importancia de las manufacturas (ya que ellas tienden a ser más orientadas al transporte que los servicios); y porque la tecnología ha disminuido dichos costos comparados con los de otros insumos.
4. Costos de mano de obra. Las empresas que tienen significativos costos de mano de obra respecto al valor del producto final tienden a estar orientadas a la mano de obra.
5. Calidad de vida. Algunas firmas en industrias competitivas piensan que sus beneficios pueden ser mejorados en lugares abundantes en servicios porque es posible contratar trabajadores más productivos a menores costos (trabajadores con excelentes profesiones elegirán un área con poca calidad de vida únicamente si la compensación salarial es sustancialmente alta). No obstante, esas áreas verán incrementos en demanda de propiedades elevando las rentas de las mismas. En ese caso, los costos de producción podrían incrementarse tanto por la renta de oficinas o bodegas como porque los trabajadores exigirán salarios más altos para compensar las altas rentas habitacionales y los mejores servicios.
6. Impuestos.
7. Incentivos por parte del gobierno, tales como, garantías de préstamos, infraestructura especial construida con gasto público, entre otros. La disponibilidad de estos incentivos es ofrecida en muchos lugares por lo que se pueden considerar casi ubicuos.
8. Ambiente de negocios.

9. *Site costs* (costos de establecimiento). Si bien casi todas las ciudades o regiones ofrecen una variedad de lugares con un amplio rango de precios; los costos de establecimiento son un factor importante entre ciudades.
10. Clima político nacional y estabilidad.
11. Costos de energía. Estos costos afectan directamente los costos de transporte y consecuentemente afectan la localización de las actividades orientadas a los transportes

Finalmente, para David Keeble los factores son: accesibilidad al mercado; adopción de innovaciones tecnológicas; calidad y cantidad de medios de transporte; economías de aglomeración; acceso a los mercados urbanos de trabajo y; decisiones empresariales. Señala, además, como factores de descentralización: acceso a mercados de trabajo no calificados y bajos niveles salariales; deseconomías de aglomeración; acceso a recursos naturales; amenidades y preferencias y; políticas regionales de descentralización.

2. CONFORMACIÓN ESPACIAL DEL SECTOR SERVICIOS

2.1 Factores explicativos del crecimiento de los servicios

Existe una familia de teorías que consideran el surgimiento de los servicios como una transformación de las economías de largo plazo. Estas teorías hablan de un modelo de tres sectores, de la emergencia de una economía post-industrial, de la desindustrialización, o de la transición a una economía de la información. Sugieren que la servicialización es un escenario final, que ha sido precedido por los estadios (escenarios) de la agricultura y la industria; y que es caracterizado por una tendencia hacia la *sobrecalificación* de la mano de obra; por el acceso a la información y la disposición de la misma como el factor principal de producción junto con el trabajo en lugar de las materias primas (Daniels, 1993).

Daniels (1993) señala que la combinación de factores del lado de oferta y de la demanda explica la mayor participación de los servicios en el PIB de seis maneras: i) el crecimiento de la demanda de los servicios al consumidor que surge a partir del crecimiento del PIB per cápita; ii) la emergencia del rol de los servicios al productor en el valor agregado de un bien o un servicio; iii) la tendencia hacia la compra externa de servicios por empresas

de no servicios (tercerización de estas actividades); iv) la importancia que le asignan los productores a la efectiva mercadotecnia, distribución, asistencia después de las ventas, al mantenimiento y reparación de los productos; v) la demanda cada vez más especializada y sofisticada de la sociedad contemporánea por servicios financieros, de transporte, bancarios, legales, de seguros y de entretenimiento y; vi) la posibilidad de los servicios intermediarios para crear nuevos productos y nuevos mercados en áreas tales como euromercados, transmisión y manipulación de datos, etc.

De acuerdo con lo anterior, una corriente de pensamiento se ha enfocado en los factores de demanda. Argumenta que dado el aumento del ingreso disponible de las economías y la elasticidad respecto al ingreso de los servicios personales, la demanda de los mismos como turismo, salud privada, etc. aumenta. Pero también atribuye la acelerada expansión de los servicios a la importante demanda de los orientados al productor (o intermedios); estos son, servicios que son usados en los procesos de producción de las actividades primarias, secundarias e inclusive terciarias. En este sentido, debido a la reestructuración de dichos procesos en las empresas; a la mayor externalización de funciones tales como publicidad, seguridad, diseño, empaque y programas de computación; y a la consecuente nueva división del trabajo, la demanda de los servicios al productor ha aumentado. A pesar de esto, esta corriente señala que los servicios al productor no fueron el factor principal del crecimiento del empleo terciario en las épocas tempranas de la servicialización, ya que fueron los servicios a los consumidores finales los que absorbían la mayor proporción del empleo total del sector.

Las teorías disponibles para entender el crecimiento de los servicios o la relación entre los servicios y el desarrollo económico aún dejan muchos espacios vacíos. Al respecto Noyelle y Stanback enfatizaron la necesidad de complementar esos desarrollos con un análisis de *qué* es lo que se produce y *cómo* la producción toma lugar. No obstante, estos autores enlistan cinco transformaciones que han reforzado el proceso: el aumento de las grandes corporaciones; el cambio tecnológico; incrementos en el tamaño de mercado y en la diferenciación de productos; el desarrollo de nuevos mercados de consumo; y la creciente influencia del gobierno y las organizaciones no lucrativas (Daniels, 1993).

2.2 Clasificación de los servicios

Si bien no existe consenso en la clasificación de los servicios, de acuerdo con nuestra revisión bibliográfica algunas de las dimensiones son:

- i) La distinción basada en el destino de la producción de los servicios, esto es, los que satisfacen la demanda final o servicios al consumidor, y los que satisfacen la demanda intermedia o servicios al productor.
- ii) La distinción en base a la utilidad que el servicio provee, es decir, algunos de ellos producen utilidad de corto plazo (de consumo inmediato) como los restaurantes; otros tienen utilidad de mediano plazo (de consumo semiduradero) como la reparación de un auto; y hay los que tienen utilidad de largo plazo (de consumo duradero) como los seguros de vida.
- iii) La dimensión relacionada con el origen, que distingue entre servicios públicos y servicios privados.

La propuesta más usada es la hecha por Kuznets, que combina i) y ii); y dice, los servicios se dividen en bienes al productor y bienes al consumidor, al tiempo que se subdividen en servicios de consumo inmediato, semiduradero y duradero. Algunos ejemplos de esta clasificación se presentan en el cuadro I.1.

Cuadro I.1
Clasificación de los servicios

Tipo de servicios	Consumo inmediato	Consumo semiduradero	Consumo duradero
Al productor	Limpieza de oficinas	Consultores económicos	Instalación de red de computación
Al consumidor	Cine	Tratamiento dental	Seguros de vida

Fuente: elaboración propia

Los servicios al consumidor y al productor, sin embargo, no son mutuamente excluyentes; algunas actividades como las bancarias o los seguros satisfacen tanto a la demanda final como a la intermedia. De acuerdo con Daniels (1993), Allen propone que algunos servicios no son ni para el consumidor ni para el productor, sino que son servicios de

circulación. El autor señala que la publicidad, la mercadotecnia y la investigación son identificadas como servicios al productor; la educación, la recreación, la salud y los servicios personales son destinados al consumidor; en tanto que, los comerciales y financieros que median y abrevian el proceso de intercambio en una economía son servicios de circulación. Es decir, ellos son producidos en el proceso de circulación y para la circulación y no se trata de servicios intermedios producidos para otras actividades económicas o servicios finales producidos para los consumidores.

Los problemas para definir y clasificar a los servicios persisten en la actualidad. La tecnología, por ejemplo, ha sido responsable de generar nuevas ocupaciones en los servicios que están a menudo relacionados con nuevos productos provistos por empresas que no existían 25 años atrás. Ejemplo de ellos son el software o los servicios de información especializada que dependen totalmente de las telecomunicaciones (Daniels 1993).

En esta investigación se usará fundamentalmente la distinción de servicios por su destino, esto es, entre servicios al productor y servicios al consumidor; además de que, en algunas ocasiones, los primeros se diferenciarán a su vez, entre los de consumo inmediato y los duraderos.

2.3 Localización de los servicios y la jerarquía de ciudades

A continuación se detallan las características de la localización en primer lugar de los servicios al consumidor, luego de los servicios al productor, para concluir el punto con un resumen en el que se integran las generalidades de ambos tipos de actividades.

2.3.1 Dispersión uniforme de los servicios orientados al consumidor

Desde la segunda mitad del siglo pasado, la riqueza generada por la producción industrial y su distribución entre la población han traído mejoras en la calidad de vida y el bienestar de la sociedad, propiciando que ciertas actividades que antes eran realizadas por unas personas se deleguen a otras, por ejemplo, guarderías, expendios de comida para llevar; diversificando el consumo y, por tanto, estimulando el surgimiento de nuevas actividades de servicios. Se trata en este caso de los servicios al consumidor que se dirigen preferentemente al consumo y satisfacción de necesidades humanas.

En una primera etapa de desarrollo industrial y urbanización, los servicios al consumidor y de carácter social muestran un significativo incremento en su demanda ocupacional y en la generación de producto. La evolución de estos servicios señala que con el avance del capitalismo, comandado por las innovaciones tecnológicas y la división del trabajo, ellos dejan de ser el motor del crecimiento del sector terciario y pierden peso en su participación porcentual de empleo y producto. Sin embargo, en épocas recesivas o de crisis económicas (como se evidencian en la introducción de este trabajo), representan una alternativa significativa para la oferta ocupacional existente, ya que los montos de inversión que requieren para ponerse en marcha son más bajos que los de otras actividades, al tiempo que las exigencias de trabajo calificado especializado también son menores; y en el caso de los países subdesarrollados, dan lugar al empleo informal como medio de subsistencia.

Del lado de la oferta, las empresas han hecho sustanciales transformaciones, han abierto nuevos mercados introduciendo servicios que anteriormente se proporcionaban fuera del ámbito comercial y se han expandido llegando a nuevos consumidores. Del lado de la demanda, el ingreso mayor, y los gustos y la conducta cambiantes del consumidor han llevado a nuevos niveles los límites del mercado. En este sentido, por ejemplo, hay más demanda de viajes por parte de hombres de negocios y una participación creciente de las mujeres en la fuerza de trabajo. Por otro lado, el nivel de la educación general ha mejorado de continuo como también el nivel de la capacitación profesional para los negocios, lo cual ha creado un capital humano que encarna la nueva “tecnología” gerencial (Stanback, 1984).

Garza (2006b) propone una diferenciación de los servicios al consumidor que depende del tipo de consumidor y la duración de su usufructo.⁷ Las empresas de servicios de consumo inmediato, por su naturaleza intangible, e imposibilidad de almacenamiento, tienden a localizarse lo más cerca posible de sus consumidores; existe cierta proporcionalidad con la importancia económica y demográfica de la ciudad. Es el caso del comercio al menudeo, los servicios del gobierno local, educación, salud y cuidados personales; que dependen de la densidad poblacional y del nivel de poder de compra de los residentes.

El comercio y servicios duraderos pueden exportarse y almacenarse, y considerando el mayor umbral de mercado que presentan conforme a la concentración de actividades de mayor satisfacción técnica y economías de escala, tienden a concentrarse en las grandes metrópolis. Este proceso de concentración se acentúa por los cambios tecnológicos en la

⁷ Ver *Clasificación de los Servicios* en este mismo capítulo.

transportación, la especialización del comercio en grandes tiendas departamentales de centros comerciales y la existencia de instituciones educativas y hospitalarias especializadas, así como por las crecientes economías de urbanización y aglomeración.

Garza propone de esta manera, una jerarquía de los servicios al consumidor según la cual en los principales centros metropolitanos se ubicarán los más sofisticados servicios demandados a escala nacional, además de todos aquellos de rangos inferiores, básicos para toda la población; las ciudades intermedias regionales tendrán una menor variedad de servicios, principalmente los requeridos por la población local y por las ciudades de su área de influencia; finalmente las ciudades pequeñas poseerán una restringida oferta de servicios para satisfacer los requerimientos del mercado local, y sus necesidades de servicios superiores las obtendrán de las ciudades intermedias o de la metrópoli principal.

En términos generales, en los servicios residenciales (servicios al consumidor y de menudeo) el factor económico más importante que determina su ubicación es la proximidad a los consumidores. Por consiguiente, su localización y la porción de empleo en estas actividades tenderán a ser más o menos las mismas en todos los lugares. Esto sin embargo, no descarta la posibilidad de economías de escala. Por ejemplo, las grandes tiendas de departamentos pueden operar con mayor eficiencia que las menores, siempre y cuando haya un mínimo núcleo de población que asegure su viabilidad.

2.3.2 Concentración de los servicios orientados al productor

La mayor importancia que vienen obteniendo los servicios al productor no sólo se explica por el crecimiento general de los mercados. Una explicación más completa proviene de las principales transformaciones que están teniendo lugar en la forma en cómo se produce, esto es: en el auge de la gran empresa moderna; el cambio hacia estructuras gerenciales más complejas y avanzadas y la carga creciente de las funciones administrativas y de desarrollo. Las economías de escala a nivel de planta o establecimiento han sido reemplazadas por economías de escala a nivel de firma, es decir, economías en el nivel más elevado de funciones. Estos hechos significan exigencias nuevas y urgentes de especialización en los servicios al productor: primero dentro de la misma firma y luego mediante el desarrollo de empresas que venden estos servicios en el mercado abierto, es decir, a través de la tercerización de algunas actividades. Asimismo, delinear el producto por medio de la

investigación del mercado, diseño, empaque y publicidad, trae consigo una nueva demanda de insumos. La diferenciación del producto implica la prestación de servicios más específicos, como parte del paquete del producto diferenciado. Así el vendedor puede ofrecer garantías, contratos de servicio, financiamiento e inclusive cursos de entrenamiento.

En este sentido, la importancia de los servicios al productor se acentúa al considerar su interrelación con las manufacturas. Se sugiere que la competitividad industrial depende tanto de las actividades industriales como de los servicios ligados a ellas. Así, la disponibilidad de una amplia oferta de servicios al productor puede considerarse parte de la infraestructura económica regional que fomenta el crecimiento.

Entre los más notables atributos de la expansión geográfica de los servicios al productor a nivel internacional ha estado la concentración y centralización, especialmente en grandes ciudades y a menudo en las zonas caras de esas ciudades. Ellos tienden a localizarse en pocas metrópolis, las cuales disponen de las más sofisticadas y variadas infraestructuras urbanas gracias a gigantescas inversiones públicas (economías de urbanización), que permiten además tener sustantivas ventajas de aglomeración por concentrar la más diversificada gama de actividades económicas y oferta de mano de obra calificada.

El instinto de muchas empresas de servicios al productor es localizarse en lugares que les permitan acceso a la mayor información posible de las necesidades de los mercados, de los clientes, de las expectativas, de las prácticas de negocios y de las regulaciones. Esto implica contacto con negocios locales, pero crucialmente, les permite monitorear la conducta de los competidores.

Retomando la propuesta de Marshall, las economías de urbanización y las economías de localización juegan un papel fundamental en la localización de estos servicios. La primera refiere a los beneficios por el acceso a la infraestructura de transportes, telecomunicaciones, edificios de oficinas, y grandes y diversificados mercados de trabajo que se pueden encontrar en las áreas urbanas. La última son los beneficios por la proximidad a servicios similares o a otras actividades económicas que les proveen insumos o que son clientes. Las economías de localización son especialmente importantes para reducir la incertidumbre al tomar las decisiones de localización; al igual que para encontrar una diversificada y especializada mano de obra. Los servicios al productor en general requieren trabajadores profesionales, técnicos y directivos.

Desde que las empresas de servicios están comprometidas en intercambios de información que requieren activa participación tanto de la empresa que la ofrece como del cliente, los costos de transacción de las empresas de servicios son usualmente más altos que los de las empresas manufactureras. Las inversiones en capital humano aseguran que la calidad de una transacción se mantenga pero aumenta el costo. Así, conforme los costos de transacción aumentan, los oferentes y los clientes se mueven cerca uno del otro, concentrándose a nivel internacional en las principales ciudades.

Por otro lado, el concepto de metrópoli de transacciones o de red mundial de ciudades y la contribución de los servicios al productor a su desarrollo es muy dependiente del rol mediador de la tecnología de la información y de las telecomunicaciones. La inversión en la infraestructura necesaria en telecomunicaciones (sea por compañías públicas y/o privadas) tiende a concentrar a las empresas que las demandan desde que los costos de instalación son altos y recuperarlos es una prioridad vital, especialmente si la inversión es privada.

Vale la pena señalar, que si bien durante varias décadas, la manufactura constituyó la principal industria de exportación de las grandes ciudades, con la migración de las plantas de producción hacia áreas periféricas o distantes y el surgimiento de la importancia de los servicios al productor, ahora son cada vez más los servicios a la industria, los de distribución, los financieros, etc. los que constituyen la base exportadora de los grandes lugares. Al igual que la manufactura en otros días, los servicios al productor son la punta de lanza de los tiempos modernos de muchas regiones metropolitanas.

En resumen, como señala Sobrino (2003), las tendencias locacionales del sector terciario se pueden resumir en dos tipos. Por un lado, los servicios orientados a los consumidores, como el comercio al menudeo, los servicios personales, comunales y los servicios inferiores de carácter social, que se caracterizan por el hecho de que su participación en la estructura ocupacional urbana muestra pequeñas diferencias dentro de la jerarquía nacional. Sus factores de localización son: población, o economías de urbanización (tamaño del mercado, niveles de ingreso, ocupaciones, etc.); accesibilidad (vialidades, estacionamiento, transporte); competencia; y costos respecto a valores del suelo (costo de construcción y operación), por lo que están uniformemente distribuidos, estando presentes en poblaciones inclusive de menor tamaño.

Por otro, los servicios al productor, los distributivos y los superiores de carácter social y administración pública; para los cuales el factor locacional clave es la consecución de

economías de urbanización y localización, y por tanto, a mayor tamaño poblacional, más elevada concentración de éstos. Tales servicios están concentrados especialmente en áreas metropolitanas escogidas desde donde satisfacen la demanda de toda la nación o la del mundo. En general, en estas ciudades se localizan los servicios que tienen los mercados más amplios y los más altos niveles de especialización incluyendo aquellos destinados a satisfacer las necesidades de las matrices de grandes empresas.

Finalmente, hay que destacar que la aglomeración no se da exclusivamente entre las oficinas corporativas y los servicios al productor, sino también entre éstas y un amplio número de servicios al consumidor (supermercados, restaurantes, teatros, universidades, hospitales, etc.) que se localizan con mayor frecuencia en grandes ciudades ya que este tipo de servicios necesitan áreas de mercado extensas para su funcionamiento.

2.4 Localización de los servicios en México y los países subdesarrollados

El proceso de terciarización parece no ser exclusivo de las economías desarrolladas, y en algunos países subdesarrollados también ha ocurrido un crecimiento de la participación de los servicios en el empleo y el producto nacionales y una tendencia a la concentración de algunas de estas actividades en las grandes metrópolis. En México, la población ocupada es mayoritariamente terciaria en la actualidad, pero esto no significa que esté iniciando una etapa postindustrial como la que tuvieron los países desarrollados en la segunda mitad del siglo XX.

En los países subdesarrollados, la terciarización está más ligada a un proceso de externalización de servicios. Este es el caso de México que aunque las estadísticas ubican al sector terciario casi al nivel del correspondiente al mundo desarrollado, su composición interna es diferente. En México, la terciarización está más ligada a la caída participativa del sector primario, pero también al adelgazamiento de las unidades productivas, a la persistencia de estructuras agrícolas tradicionales, a la elevada concentración demográfica en unos cuantos centros de población y a la débil estructura industrial ligada a un proceso de creación de actividades de pequeña escala, siendo la mayor parte de ellas meras estrategias de supervivencia.

En términos espaciales estos cambios han propiciado una concentración del comercio y de los servicios al productor principalmente en la zona metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM), pero también en las demás grandes urbes del país.

Asimismo, con la terciarización ocurre un proceso de pérdida de puestos de trabajos industriales en las economías desarrolladas, asociados a la relocalización de trabajo manufacturero hacia países de menores salarios. En México, en cambio, el proceso de la economía parece operar a la inversa, esto es, tratando de capturar las oportunidades para entrar en ciertos segmentos del proceso productivo desde el lado de los países subdesarrollados. El resultado podría parecerse al de los países avanzados al observar que efectivamente, el peso relativo del empleo manufacturero viene cayendo (14.2% a principios de los setenta y 11.9% en 2003), pero esta reducción en México ha ocurrido en los sectores tradicionales con menor inserción en el mercado externo. En cambio, el sector servicios aparece como el que más crece durante el ajuste estructural de la economía. Esto no se explica a partir de la hipótesis de la desindustrialización, como en los países avanzados donde la servicialización ocurre con formas de ocupación de alta productividad vinculadas a la integración de ciencia y tecnología en el proceso productivo, sino que en México depende de trabajos marginales precarios o de baja calidad ocupacional.

CAPÍTULO II. EL SECTOR SERVICIOS DE GUANAJUATO

Este capítulo consta de cuatro secciones. En la primera se retoman algunos aspectos del capítulo anterior, específicamente de Walter Christaller, señalando cómo se enmarca la presente investigación en dicho contexto teórico. La segunda da un panorama general del estado de Guanajuato como de las ciudades que forman el objeto de estudio, a través de la contextualización geográfica, demográfica y económica de las mismas. La tercera ofrece una descripción macroeconómica del país y de la entidad, que nos permite ver la importancia de cada uno de los sectores económicos, tanto en términos de producto interno bruto, como de población económicamente activa en los dos ámbitos mencionados; así como la participación de Guanajuato en la economía nacional total y sectorial. Con todos estos antecedentes y habiendo señalado la importancia con la que cuentan las actividades terciarias en el estado, la última sección se encarga de la descripción y análisis de la estructura y dinámica del comercio y servicios en Guanajuato, de acuerdo con la metodología que sigue la presente investigación.

1. GUANAJUATO Y LA TEORÍA DEL LUGAR CENTRAL

En el marco teórico (capítulo I) se hizo una breve descripción de las teorías más destacadas en cuanto a la evolución del pensamiento económico respecto a la localización de las actividades económicas. Asimismo, se señalaron las pautas que siguen las actividades terciarias en las decisiones de su localización según se trate de servicios al consumidor o servicios al productor.

La teoría sobre la que se hizo más hincapié fue la desarrollada por Walter Christaller. Si bien los supuestos de dicho modelo carecen de referente real, las conclusiones del mismo son muy útiles (como se mencionó anteriormente) para comprender la localización de las actividades terciarias. En este sentido, este trabajo se encargará de demostrar, como lo

indican las hipótesis, que en las ciudades más grandes de Guanajuato se concentran los servicios de mayor rango, aquellos que no sólo se encauzan a satisfacer la demanda de esas ciudades sino también la demanda de los lugares aledaños de menor rango, nos referimos a los servicios al productor. Mientras que en las ciudades más pequeñas la mayor participación la tienen los servicios menos especializados, destinados a los consumidores finales.

La ciudad más grande de Guanajuato es León. Esta ciudad es la sexta zona metropolitana más importante del país; al tiempo que, tiene rango tres dentro del sistema urbano nacional (jerarquía de ciudades en términos de Christaller).⁸ Lo anterior significa que en el ámbito nacional, León es de tamaño intermedio y su área de influencia es regional; mientras que, dentro del estado, es la primera ciudad y por ende, está en la cima de la jerarquía estatal de ciudades, lo que nos hace suponer que de confirmarse los principios del lugar central, concentrará la mayor parte de los servicios al productor especializados, mientras que los servicios al consumidor se distribuirán más uniformemente a lo largo y ancho de Guanajuato.

Se ha señalado la importancia que han venido ganando las actividades terciarias en la economía de las naciones, y se han dado algunas explicaciones del porque de este proceso de servicialización. La economía mexicana es parte de este proceso, por lo que es importante ver qué sucede en Guanajuato al respecto y descubrir si efectivamente en este ámbito podemos hablar también de una servicialización.

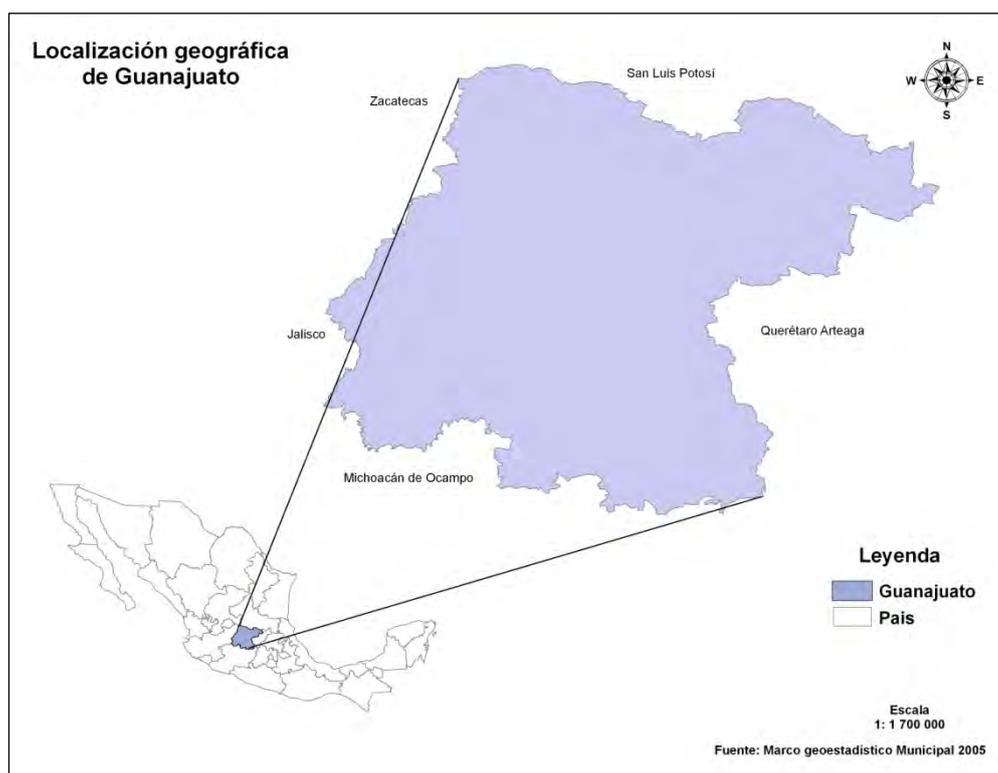
Finalmente se ha hecho notar que el proceso de servicialización no es el mismo en los países subdesarrollados, en los cuales, el crecimiento de las actividades terciarias ha sido caracterizado por la flexibilidad de algunas actividades, en el sentido que se han convertido en una alternativa de supervivencia para el desempleo generado en los otros sectores de la economía, gracias al bajo monto de inversión que requieren los servicios para su puesta en marcha y a los bajos requerimientos de mano de obra calificada y especializada en algunos de ellos. En este sentido, buscamos verificar si efectivamente la servicialización de Guanajuato está integrada por actividades de baja productividad en línea con lo que sucede en México como país subdesarrollado.

⁸ Detrás de la ciudad. de México (rango 1) y de Monterrey, Guadalajara y Puebla (rango 2).

2 CONTEXTUALIZACIÓN GEOGRÁFICA, DEMOGRÁFICA Y ECONÓMICA.

Guanajuato se encuentra en el centro del país, en la región Centro-Norte (mapa II.1).⁹ Su ubicación geográfica le da gran accesibilidad tanto al Golfo de México como al Océano Pacífico; asimismo, está al centro de las tres ciudades más importantes del país, Monterrey, Guadalajara y la Ciudad de México; y la distancia media a las fronteras norte y sur es equidistante, todo ello resulta en una posición geográfica estratégica para el flujo de personas y mercancías que repercuten en su desarrollo económico, ya que lo hacen un punto articulador carretero y ferroviario (Enciclopedia de los Municipios de México, Estado de Guanajuato, www.e-local.gob.mx/).

MAPA II.1



Fuente: elaboración propia con base en la cartografía de INEGI, 2005

⁹ Regionalización propuesta por CONAPO con base en el XII Censo General de Población y Vivienda, 2000 y el II Conteo de Población y Vivienda, 2005.

En 1980, el estado tenía tres millones de habitantes, los cuales representaban 4.5% de la población nacional (cuadro II.1). A pesar del crecimiento demográfico mediante el cual Guanajuato alcanzó 4.9 millones de habitantes en 2005, su participación en el país no ha tenido grandes cambios (4.9 en 1990; 4.8 en 2000 y 4.7% en 2005), lo que significa que la población en Guanajuato ha crecido prácticamente a la misma tasa que la del país.

De acuerdo con la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable de Guanajuato, las actividades que más inversión han registrado en los últimos años son: autopartes, industria automotriz, servicios de generación de energía, alimentarias, agroindustriales, comercio y confección (www.sde.guanajuato.gob.mx). Vale la pena resaltar la importancia en el ámbito nacional de la industria automotriz localizada en Guanajuato, siendo una de las cadenas productivas más sólidas e integradas, aunque su proyección en los próximos años es incierta debido a la crisis económica que comenzó en 2008 y que ha dejado a los principales fabricantes de la industria en Estados Unidos en una difícil situación, lo cual puede repercutir seriamente en la industria nacional.

El estado cuenta con 1.1 millones de hectáreas aptas para la agricultura, más del 36% de su extensión territorial; 650 mil hectáreas son de tipo temporal y 417 mil de riego. Por su parte, la actividad ganadera se encuentra presente en casi todo el territorio, ya que las condiciones naturales son favorables para el desarrollo de varios tipos de ganado, así como para la producción lechera. Además, históricamente Guanajuato ha sido uno de los lugares más ricos del país en yacimientos de plata y oro.

Finalmente, la energía eléctrica es también un rubro muy importante en el estado ya que cuenta con dos centrales termoeléctricas y porque en la Ciudad de Guanajuato se encuentran las oficinas centrales de la Compañía Federal de Electricidad, División del Bajío, que suministran de energía a algunas zonas de otros estados, como San Luis Potosí, Querétaro, Estado de México, Zacatecas, Aguascalientes, Jalisco, Michoacán, Durango, Hidalgo y Tamaulipas (Enciclopedia de los Municipios de México, Estado de Guanajuato, www.e-local.gob.mx/).

Cuadro II.1

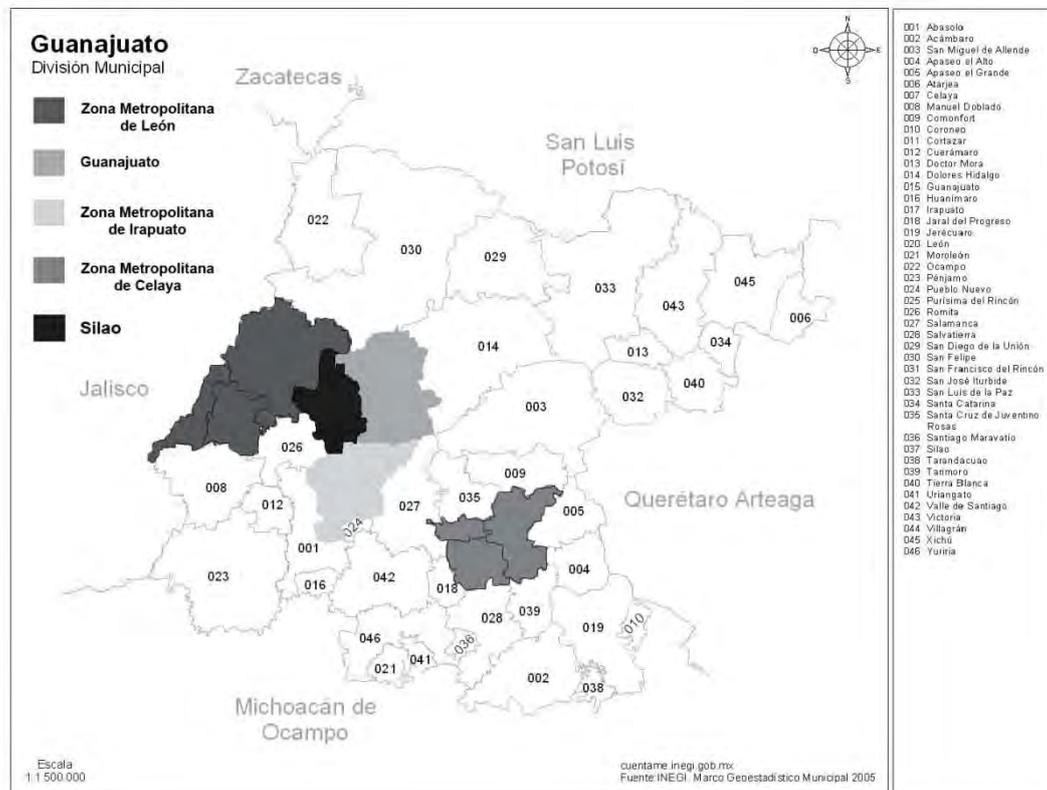
POBLACION DE GUANAJUATO Y SUS PRINCIPALES CIUDADES, 1980-2005								
<i>(total y participación en el estado)</i>								
<i>Estado / Ciudad</i>	<i>1980</i>		<i>1990</i>		<i>2000</i>		<i>2005</i>	
		<i>%</i>		<i>%</i>		<i>%</i>		<i>%</i>
Guanajuato *	3006110	4,5	3 943 296	4,9	4 663 032	4,8	4 893 812	4,7
Zona Metropolitana de León	745595	24,8	977 286	24,8	1 279 859	27,4	1 437 214	29,4
León	655809		863 279		1 134 842		1 278 087	
Purísima del Rincón	23211		30 412		44 778		55 910	
San Francisco del Rincón	66575		83 595		100 239		103 217	
Zona Metropolitana de Celaya	311539	10,4	422 288	10,7	510 258	10,9	548 697	11,2
Celaya	219010		309 336		382 958		415 869	
Cortazar	61308		74 362		81 359		83 175	
Villagrán	31221		38 590		45 941		49 653	
Zona Metropolitana de Irapuato	246308	8,2	357 668	9,1	440 134	9,4	463 103	9,5
Ciudad de Guanajuato	83576	2,8	113 185	2,9	141 196	3,0	153 364	3,1
Silao	77036	2,6	114 221	2,9	134 337	2,9	147 123	3,0
Todos los municipios considerados	1464054	48,7	1 984 648	50,3	2 505 784	53,7	2 749 501	56,2

* El porcentaje que en esta fila se considera es respecto a la población nacional

Fuente: Censos generales de población y vivienda 1980, 1990 y 2000, INEGI; II Censo de población y vivienda 2005, INEGI.

La entidad está subdividida políticamente en 46 municipios. De ellos se han seleccionado nueve, los cuales conforman las tres principales zonas metropolitanas y dos localidades urbanas no metropolitanas: la zona metropolitana de León (ZML) constituida por los municipios de León, Purísima del Rincón y San Francisco del Rincón; la zona metropolitana de Celaya (ZMC) conformada por los municipios de Celaya, Cortazar y Villagrán; la zona metropolitana de Irapuato (ZMI) constituida sólo por su municipio; la ciudad de Silao en el municipio del mismo nombre; y la Ciudad de Guanajuato, igualmente en su municipio (mapa II.2).

Mapa II.2



Fuente: elaboración propia a partir de la cartografía de INEGI

De acuerdo con Garza (2005), León es la sexta zona metropolitana del país en cuanto a población (según datos del año 2000), y la más importante del estado de Guanajuato.

Celaya es la 28 en el ámbito nacional y la segunda de la entidad, en tanto Irapuato es la 32 y la tercera respectivamente.

Por su parte, CONAPO propuso en 1991 un *Sistema de Ciudades* integrado por lugares centrales de distinto rango los cuales estructuran la red urbana del país; y por las relaciones de complementariedad funcional que se establecen entre ellos. La jerarquía que le corresponde a cada ciudad en este sistema está determinada por la magnitud de las funciones que cumple, por el tamaño de su población y por su importancia económica. En este sentido, como se mencionó anteriormente, la ZML es el área metropolitana de Guanajuato con mayor rango dentro del Sistema Urbano Nacional (rango tres), detrás de la Ciudad de México (rango uno) y de Monterrey, Guadalajara y Puebla (rango dos) (SEDESOL, 2000 y CONAPO, 1991). Celaya e Irapuato son lugares centrales de rango cuatro, mientras que la ciudad de Guanajuato es de rango cinco.¹⁰

Dado que la zona metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) encabeza el sistema de ciudades como el principal lugar, su área de influencia es en mayor o menor intensidad todo el territorio nacional. Por su parte, las ciudades de rango dos tienen una gran influencia regional, concentrando una gran población y poder económico. En tanto que las ciudades de rango tres como León, presentan una buena capacidad de articulación sobre localidades próximas, y en este caso particular, su área de influencia es todo el estado de Guanajuato. Finalmente, el dominio de las ciudades de rangos menores es muy pequeño, limitándose a ciudades cercanas de rango aún más chico como el caso de Celaya, Irapuato y la ciudad de Guanajuato.

En 1980, los nueve municipios donde se localizan las cinco ciudades tenían una población de 1.5 millones de habitantes, que representaban 48.7% de la población del estado (cuadro II.1). Esta población aumentó y para 2005 eran 2.7 millones de personas, al igual que la participación en el estado que era 50.3 en 1990, 53.7 en 2000 y 56.2% en 2005. Esto significa no sólo que estas ciudades están concentrando cada vez más a la población estatal, sino que el estado se está volviendo más urbanizado ya que una creciente proporción de su población se va localizando en 5 de sus principales ciudades. Dado que el otro 43.8% de la población se encuentra en los 37 municipios restantes, es posible observar el mismo patrón

¹⁰ Como se señaló en la Introducción, aunque Silao no figura entre las ciudades más importantes del Sistema Urbano Nacional, se le considera en esta investigación por su estrecha relación con la dinámica de la Zona Metropolitana de León

de concentración – dispersión que se presenta en el ámbito nacional, es decir, más de la mitad de la población estatal se concentra en 5 ciudades y el resto está dispersa en los otros 37 municipios. De acuerdo con CONAPO (1991), actualmente las zonas metropolitanas son uno de los ejes fundamentales de la dinámica de desarrollo regional al constituir polos de crecimiento económico y de innovación científica, tecnológica y cultural, lo que las convierte en fuertes puntos de atracción poblacional

La actividad manufacturera en León ha sido históricamente la industria del cuero y del calzado, aunque actualmente ha habido una diversificación de su economía (www.e-local.gob.mx). Vale la pena destacar la importancia de su estación ferroviaria que transporta pasajeros y materiales hasta la frontera norte, lo que estimula el dinamismo de la ciudad e inclusive de la región.

Por Celaya cruzan dos carreteras federales que le permiten un mejor acercamiento a todos los puntos estratégicos del país y Estados Unidos, facilitando su acceso a puertos a pesar de que la entidad no cuenta con litoral marino. En Celaya está la central nacional de carga (para toda la república) de las compañías Ferrocarriles Mexicanos (FERROMEX) y Transportes Ferrocarrileros de México (TFM), y el segundo ferropuerto del país, equipado para movilizar un millón de toneladas de productos y 10 mil contenedores al año, lo que ayuda en el traslado de mercancías por ferrocarril. A esto se suman unas oficinas fiscales y aduanales que simplifican los trámites de importación y exportación, lo que representa una ventaja logística para la inversión, la producción y la comercialización (www.e-local.gob.mx).

La agricultura es la base de la economía de Celaya. Los cultivos son variados y su explotación es considerable en tierras de riego. Dentro de la industria destacan los establecimientos productores de cajeta y derivados de la leche, pero también hay empacadoras de carnes frías y legumbres; envasado de aguas, purificadoras de agua y pasteurizadoras de leche; así como también, fabricación de desodorantes, aromatizantes e insecticidas; fabricación de alimentos para animales; construcción de maquinaria e implementos agropecuarios; industria química textil y plásticos.

Las posibilidades de aprovechamiento económico de Irapuato, por su parte, son agrícolas y pecuarias. El suelo está caracterizado por ser altamente propicio para la agricultura de riego y de temporal pues cuenta con un gran territorio de suelos profundos y sin pedregosidad, además de adecuados sistemas de riego (www.e-local.gob.mx). Por estas

razones es el municipio más importante en la agricultura del estado e inclusive está considerado como uno de los de mayor producción en el ámbito nacional. La agricultura del municipio es famosa por el cultivo de fresas, aunque también es relativamente importante el espárrago y el garbanzo. Asimismo, es una zona con buenas condiciones climáticas para el desarrollo de praderas cultivadas y vegetación de pastizal, por lo que también cuenta con altas posibilidades de uso pecuario. Irapuato está considerado como uno de los mejores productores de ganado porcino en el estado, existiendo también la cría de otras especies como bovino, caprino, equino y ovino. Es importante tener en cuenta estas características de la economía irapuatense ya que pueden redundar en un importante comercio de maquinaria e implementos agrícolas.

Por otro lado, la actividad industrial en Irapuato es poco diversificada, especializándose en la fabricación de textiles, procesamiento de alimentos, tratamiento de sustancias químicas y fabricación de muebles. También cuenta con actividad minera de cal, yeso y arena que abastecen toda la región. Si bien no tiene grandes atractivos turísticos, la actividad en este sentido proviene de su cercanía con la Ciudad de Guanajuato y Abasolo (www.e-local.gob.mx).

En el caso de la Ciudad de Guanajuato el desarrollo agrícola es bajo, debido a que la topografía del municipio es escarpada, lo cual redundo en bajos niveles de productividad. Igualmente la cría de ganado es menor. En cambio, la minería es la actividad económica que dio origen a la ciudad; aunque actualmente la extracción de oro es mínima, no así la de plata que se encuentra dentro de los primeros lugares en el país. Asimismo, el turismo es de gran relevancia por su rico patrimonio cultural y atractivos turísticos que datan de la época colonial y también por el Festival Cervantino que se realiza cada año en el mes de octubre y que congrega una gran cantidad de artistas y espectadores nacionales e internacionales. Al respecto se cuenta con una buena infraestructura de hoteles, restaurantes, centros nocturnos, etc.

En cuanto a Silao, lo más importante a destacar es que ahí se localizan dos plantas de la fábrica *General Motors*, lo cual repercute no sólo en la economía de la entidad sino en la de toda la región. Asimismo, también dentro de la industria de este municipio hay empacadoras de alimentos, fabricación de tabiques, artesanías e implementos agrícolas e industria extractora de caolín, grava, arena y granito (www.e-local.gob.mx). Además, en

Silao se encuentra el Aeropuerto Internacional de Guanajuato por su cercanía con León y la ciudad de Guanajuato.

En el mapa II.2 es posible ver la colindancia geográfica de León, San Francisco del Rincón, Celaya, Villagrán, Cortázar, Irapuato, Guanajuato y Silao, los cuales entre otros, forman el corredor industrial del Bajío, en donde se ha concentrado la actividad secundaria de la región de las últimas décadas, específicamente en los rubros de generación de energía y petroquímica secundaria, agroindustria y productos de calzado (Programa Estatal de Reordenamiento Territorial del Estado de Guanajuato, 2003). De confirmarse nuestra primera hipótesis, en el centro de este conglomerado o región urbana polinuclear, encontraremos un punto neurálgico de la actividad terciaria y la concentración de los servicios al productor.

El conjunto de municipios que integran este estudio ha tenido una gran participación en el PIB de la actividad terciaria estatal durante todo el periodo de análisis: en 1980 generaron 78.9%, en 1988 el 77.8%, en 1993 el 78.8%; en 1998 el 78.2% y en 2003 generaron el 77.8% del PIB terciario estatal. Es decir, la participación de los 37 municipios que quedaron fuera del estudio no fue mayor a 23% en todo el periodo.

3. CARACTERÍSTICAS MACROECONÓMICAS DE MÉXICO Y GUANAJUATO

En esta sección se hace una descripción macroeconómica de la economía nacional y de Guanajuato con el objetivo principal de encontrar la importancia de los sectores económicos en cada uno de estos ámbitos para poder adentrarnos en la siguiente sección en un análisis más detallado de los servicios.

Como ya mencionamos en reiteradas ocasiones, desde el comienzo de la segunda mitad del siglo XX, México ha experimentado un notable proceso de servicialización. Su estructura ocupacional denota esta situación transformándose de una economía predominantemente agrícola a otra dominada por las actividades terciarias y secundarias. En 1950 el sector primario absorbía 58.4% de la población económicamente activa (PEA) total, el secundario 15.9% y el terciario 25.7%; en 1970 los servicios y manufacturas aumentan su participación a 37.6 y 23% respectivamente, mientras las actividades primarias bajan a 39.4% (Garza, 2006). En 1990 los servicios alcanzan 42.2%, la industria 27.8%, al tiempo que el sector primario sucumbe en 22.6%; mientras que en 2000, las participaciones fueron

de 49.2, 27.2 y 16.3% respectivamente (cuadro II.2). Asimismo, en 1970 el sector terciario ya tenía una participación de más del 50% del producto interno bruto (PIB) nacional (55.2); desde entonces las actividades que constituyen dicho sector son las más importantes en la economía nacional.

Cuadro II.2

MÉXICO Y GUANAJUATO: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR SECTORES,						
1990-2000 *						
<i>(participación en el total de la actividad económica**)</i>						
	1990			2000		
	<i>Primario</i>	<i>Secundario</i>	<i>Terciario</i>	<i>Primario</i>	<i>Secundario</i>	<i>Terciario</i>
México	22,6	27,8	42,2	16,3	27,4	49,2
Guanajuato	23,0	35,0	36,5	13,5	36,1	44,5

* No se incluyen los datos de 1980 debido a la escasa confiabilidad del X Censo general de población donde las actividades insuficientemente especificadas son del 30 y hasta del 58% de la PEA en algunos casos

** Estos porcentajes no suman 100% porque queda fuera del análisis la PEA ocupada en funciones gubernamentales y en actividades insuficientemente especificadas

Fuente: Censos generales de población y vivienda, 1990 y 2000, INEGI.

En 1980, las actividades primarias constituían 15.2% del PIB nacional; las secundarias 30.5% cuyo principal componente era la industria manufacturera con 23%; en tanto las terciarias absorbían 54.4% de la mano del comercio y en menor medida de los servicios comunales, sociales y personales (23.4 y 17.7% del PIB nacional respectivamente) (cuadro II.3). El sector primario mantiene una caída continua hasta 2006 cuando su participación llega a 6.8%; mientras que el secundario cae a 25.7% y las manufacturas a 19.5, manteniéndose éstas como su principal argumento.¹¹

En 2006, el sector terciario contribuye en 67.5% al PIB, explicado por el continuo aumento de las actividades de transporte, almacenaje y comunicaciones, y los servicios financieros que duplican su contribución en el periodo, alcanzando 13.8 y 13.9% respectivamente; y por la ligeramente mayor participación de los servicios personales (18.4%). Lo anterior a pesar de la pequeña disminución del comercio a 21.4% (cuadro II.3)

¹¹ Los cuadros II.3, II.4 y II.6 abarcan hasta 2006 porque fue posible contar con datos de Cuentas Nacionales hasta esa fecha. No obstante, el periodo de este trabajo es hasta 2003 debido a que el análisis más exhaustivo se hizo con los datos de Censos Económicos, cuya última publicación es de 2003.

Cuadro II.3

MEXICO: PIB POR SECTOR Y GRAN DIVISION ECONOMICA, 1980-2006												
<i>(millones de pesos de 1993)</i>												
	1980	%	1985	%	1993	%	1998	%	2003	%	2006	%
Total de la actividad económica	855 298	100,0	982 211	100,0	1 155 132	100,0	1 334 586	100,0	1 507 450	100,0	1 691 169	100,0
PRIMARIO	129 701	15,2	135 215	13,8	88 960	7,7	98 263	7,4	108 403	7,2	115 201	6,8
Agropecuario, silvicultura y pesca	71 426	8,4	89 256	9,1	72 703	6,3	79 439	6,0	88 196	5,9	93 365	5,5
Minería	58 275	6,8	45 959	4,7	16 258	1,4	18 824	1,4	20 208	1,3	21 836	1,3
SECUNDARIO	260 648	30,5	281 609	28,7	293 640	25,4	364 083	27,3	389 200	25,8	433 860	25,7
Industria manufacturera	197 003	23,0	229 402	23,4	219 934	19,0	284 643	21,3	299 157	19,8	330 027	19,5
Construcción	55 239	6,5	42 904	4,4	55 379	4,8	57 461	4,3	62 561	4,2	73 501	4,3
Electricidad, gas y agua	8 407	1,0	9 303	0,9		1,6	21 979	1,6	27 482	1,8	30 332	1,8
TERCIARIO	464 949	54,4	565 388	57,6	772 532	66,9	872 240	65,4	1 009 846	67,0	1 142 108	67,5
Comercio, restaurantes y hoteles	199 911	23,4	275 781	28,1	251 629	21,8	278 161	20,8	322 732	21,4	362 349	21,4
Transporte, almacenaje y comunicaciones	55 822	6,5	65 598	6,7	107 480	9,3	140 716	10,5	183 591	12,2	234 192	13,8
Servicios financieros*	57 821	6,8	61 710	6,3	149 501	12,9	173 075	13,0	208 823	13,9	234 846	13,9
Servicios comunales, sociales y personales	151 394	17,7	162 298	16,5	263 922	22,8	280 288	21,0	294 701	19,5	310 720	18,4

* incluye seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler y se deducen los servicios bancarios imputados

Fuente: Sistema de Cuentas Nacionales, INEGI

Vale la pena destacar que la máxima participación del sector terciario fue de 66.9% en 1993 explicado fundamentalmente por el nivel alcanzado por los servicios personales de 22.8%. Esto es causado por el impacto de las nuevas características de la economía tales como la mayor demanda de servicios profesionales y la mayor inserción de la mujer en el mercado de trabajo que implica asimismo, un aumento en la demanda de servicios domésticos que compensen su ausencia en los hogares.

Continuando con esta perspectiva macroeconómica, la PEA del estado demuestra una creciente concentración en las actividades terciarias. En 1990, éstas absorbían 36.5% de la PEA y en 2000, 44.5% (cuadro II.2). Mientras tanto las secundarias suben apenas una unidad porcentual (UP) y las primarias bajan casi 10 para el mismo periodo.

Por su parte, según el PIB, la participación del terciario se mantuvo prácticamente constante en el estado. En 1980 este sector absorbía más de la mitad del PIB total (58.4%), el primario 15% y el secundario 26.6% (cuadro II.4). De acuerdo con un extensivo trabajo de investigación del sector servicios que se viene realizando para los 32 estados del país, encontramos que Guanajuato viene experimentando una dinámica muy similar a la de Coahuila.¹² Así, en ambas entidades, la participación de las actividades terciarias fue estable; en Guanajuato alrededor del 58% y en el estado del norte, alrededor del 55% (Dávila, en prensa). Como en el ámbito nacional, las actividades primarias pierden gran participación, pero en Guanajuato y Coahuila, la importancia del primario se traslada al sector secundario, es decir, sobresale la mayor participación que han adquirido en los últimos años las actividades secundarias, subiendo en Guanajuato casi 10 UP y en Coahuila poco más de 6. En el primero, fue primordial la industria manufacturera, la cual pasa de 18.8% en 1980 a 27.3% en 2006, es decir, gana 8.5 UP de las 9 que pierde el sector primario.

¹² Dicho trabajo consiste en el análisis del sector servicios en cada uno de los estados de la República Mexicana utilizando la misma metodología. El estudio de 12 entidades se puede encontrar en Garza (2006) y Garza y Sobrino (2009). Los 20 restantes se encuentran en prensa y darán lugar a dos libros más.

Cuadro II.4

GUANAJUATO: PIB POR SECTOR Y GRAN DIVISION ECONOMICA, 1980-2006												
(millones de pesos de 1993)												
	1980	%	1985	%	1993	%	1998	%	2003	%	2006	%
Total de la actividad económica	24 877	100,0	3 124	100,0	38 802	100,0	48 243	100,0	57 298	100,0	63 257	100,0
PRIMARIO	3 733	15,0	432	13,8	3 905	10,1	3 810	7,9	4 146	7,2	3 704	5,9
Agropecuario, silvicultura y pesca	3 090	12,4	391	12,5	3 739	9,6	3 664	7,6	4 026	7,0	3 589	5,7
Minería	644	2,6	41	1,3	166	0,4	145	0,3	120	0,2	115	0,2
SECUNDARIO	6 624	26,6	871	27,9	10 030	25,8	16 129	33,4	20 432	35,7	22 899	36,2
Industria manufacturera	4 688	18,8	692	22,1	7 175	18,5	12 622	26,2	15 640	27,3	17 285	27,3
Construcción	1 572	6,3	155	5,0	2 305	5,9	2 863	5,9	3 701	6,5	4 458	7,0
Electricidad, gas y agua	364	1,5	24	0,8	550	1,4	644	1,3	1 091	1,9	1 155	1,8
TERCIARIO	14 520	58,4	1 820	58,3	24 867	64,1	28 305	58,7	32 720	57,1	36 654	57,9
Comercio, restaurantes y hoteles	7 284	29,3	934	29,9	8 007	20,6	8 355	17,3	10 332	18,0	11 362	18,0
Transporte, almacenaje y comunicaciones	1 254	5,0	182	5,8	4 417	11,4	5 810	12,0	6 987	12,2	8 660	13,7
Servicios financieros*	2 318	9,3	228	7,3	5 113	13,2	6 110	12,7	7 101	12,4	8 248	13,0
Servicios comunales, sociales y personales	3 664	14,7	476	15,2	7 330	18,9	8 030	16,6	8 300	14,5	8 384	13,3

* incluye seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler y se deducen los servicios bancarios imputados

A pesar de la ligera pérdida de participación del terciario estatal, le caracterizan algunas similitudes con su contraparte nacional. Lo primero es que ambos alcanzan su máxima participación en 1993 cuando culmina el subperiodo de recuperación relativa, 64.1% en Guanajuato y 66.9% en el país (cuadros II.3 y II.4); a partir de entonces la caída del terciario estatal se hace pronunciada cayendo más de 6 UP. En segundo lugar, efectivamente también en la economía guanajuatense el comercio es el principal componente del sector; además que en 1985 alcanza su mejor participación en ambas economías (29.9% en Guanajuato y 28.1% en México); sin embargo, su gran pérdida en adelante (18% en 2006) es lo que conduce la caída del terciario en la entidad, a pesar del mejor desempeño de los transportes, almacenaje y comunicaciones y de los servicios financieros (cuadro II.4).

De acuerdo con el XI y XII Censos Generales de Población y Vivienda, en 1990 las actividades terciarias en la ZML absorbían 40.3% de la PEA de la ciudad, en tanto las secundarias eran las de mayor participación (50.6%); estas cantidades prácticamente se igualaron en el 2000 relegando considerablemente a las actividades primarias (cuadro II.5). De esta manera, la importancia que está adquiriendo la industria en el estado según PIB, no se ve reflejada en la PEA de su ciudad más importante, ya que ésta bajó su participación 4 UP y se ubica a la par que el terciario.

En cambio, las otras dos metrópolis en 1990 y más aún en 2000, presentan una preponderancia de los servicios y el comercio: 46.6% de la PEA de Celaya y 47.4% de la de Irapuato era terciaria en 1990, en tanto esta era de 53.6 y 51.9% respectivamente en el 2000, además de que en ambas la industria era la segunda en importancia (cuadro II.5).

Cuadro II.5

GUANAJUATO: POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA POR SECTORES, 1990-2000 *						
(participación en el total de la actividad económica **)						
Entidad / Ciudad	1990			2000		
	Primario	Secundario	Terciario	Primario	Secundario	Terciario
Guanajuato	23,0	35,0	36,5	13,5	36,1	44,5
Zona Metropolitana de León	4,9	50,6	40,3	2,5	46,4	46,7
León	3,2	50,3	42,2	1,7	44,5	49,2
Purísima del Rincón	22,1	58,2	16,6	8,3	68,9	19,9
San Francisco del Rincón	18,6	51,1	26,4	9,5	59,3	28,6
Zona Metropolitana de Celaya	18,0	30,0	46,6	10,2	29,9	53,6
Celaya	13,9	28,3	52,3	7,8	27,9	57,9
Cortazar	30,7	32,6	32,0	19,1	32,3	42,7
Villagrán	30,2	40,4	23,1	17,3	45,0	31,0
Zona Metropolitana de Irapuato	14,4	31,6	47,4	9,2	32,7	51,9
Ciudad de Guanajuato	9,8	31,8	44,5	9,5	24,9	50,0
Silao	28,4	33,4	32,7	16,9	38,7	37,5

* No se incluyen los datos de 1980 debido a la escasa confiabilidad del X Censo general de población donde las actividades insuficientemente especificadas son del 30 y hasta del 58% de la PEA en algunos casos

** Estos porcentajes no suman 100% porque queda fuera del análisis la PEA ocupada en funciones gubernamentales y en actividades insuficientemente especificadas

Fuente: Censos generales de población y vivienda, 1990 y 2000, INEGI.

Garza (en prensa) agrupa las entidades del norte de la República Mexicana según sus patrones intersectoriales del comercio y servicios con otras divisiones de la economía en: patrón *industrial–terciario*, *turístico–terciario* y *agroterciario*. En los tres, el sector terciario es el más importante según participación en el PIB total, pero el autor señala que este dominio está estrechamente relacionado con otras actividades económicas, esto es, con la industria en el primero, el turismo en el segundo y la agricultura en el tercero. Es decir, todos requieren comercializar sus productos, así como adquirir una serie de servicios al productor que junto con la demanda de los servicios de la población (servicios al consumidor) explica la fuerte participación terciaria.¹³ En este sentido, es posible afirmar que dadas las características sectoriales de Guanajuato señaladas en el cuadro II.4, su patrón es el *industrial–terciario*.

¹³ De acuerdo con Garza (en prensa), las entidades del norte del país que se ajustan al patrón *industrial-terciario* son Coahuila, San Luis Potosí, Tamaulipas, Sonora y Chihuahua

Si bien la zona metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) y su área de influencia han concentrado la mayor participación en la actividad económica nacional, el estado de Guanajuato se ha ubicado alrededor del séptimo lugar como la entidad de mayor peso en el PIB nacional entre 1980 y 2006. De acuerdo con la información del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), durante el periodo mencionado, la proporción en la que contribuye el estado de Guanajuato a la economía nacional ha venido en continuo crecimiento, pasando de 2.9 en 1980 a 3.7% en 2006 (cuadro II.6).

El sector terciario guanajuatense en 1980 participaba con 3.1% del PIB terciario nacional; cantidad que se ha mantenido estable hasta 2006 (cuadro II.6). Por su parte, el sector primario, que en 1980 tenía 2.9% de su similar nacional, alcanza un máximo nivel en 1993 (4.4%) para a partir de entonces disminuir a 3.2% en 2006.

Cuadro II.6

PIB: PARTICIPACION DE GUANAJUATO EN LA ECONOMIA NACIONAL POR SECTORES, 1980-2006				
<i>año</i>	<i>Total</i>	<i>Primario</i>	<i>Secundario</i>	<i>Terciario</i>
1980	2,9	2,9	2,5	3,1
1985	3,2	3,2	3,1	3,2
1993	3,4	4,4	3,4	3,2
1998	3,6	3,9	4,4	3,2
2003	3,8	3,8	5,2	3,2
2006	3,7	3,2	5,3	3,2

Fuente: elaboración propia a partir de información del Sistema de Cuentas Nacionales, INEGI

Lo más importante a destacar en este sentido, es la creciente importancia del sector secundario guanajuatense que en 1980 tenía el 2.5 del PIB secundario nacional y en 2006 el 5.3%, es decir, más que duplica su participación y por tanto, es este sector el que conduce la ligeramente mejor participación del estado en la economía nacional. Vale la pena notar que esta tendencia coincide con la mejor posición que ha ido ganando el sector en la economía estatal que mencionamos en el apartado anterior, lo cual nos hace confirmar la importancia que están adquiriendo las actividades secundarias, en detrimento de las actividades primarias, mientras la participación de las terciarias permanece estable.

Existe múltiple evidencia empírica del proceso de descentralización de la industria manufacturera mexicana desde la ZMCM hacia ciudades localizadas en las entidades de la

frontera norte, así como en los estados del centro norte del país como Guanajuato (Dávila, en prensa). En efecto, la aportación de la ciudad de México decreció de 46.2 en 1980 a 21.5% en 2003; es decir, vivió una desindustrialización. El declive de ésta junto con Monterrey se combinó con una relativa dispersión hacia el resto del sistema urbano nacional. Seis zonas metropolitanas mejoraron su posición entre las que se encuentra León en el occidente del país, Saltillo (como lo demuestran los datos para Coahuila) y Ciudad Juárez (Sobrino, 2007).

Cuadro II.7

GUANAJUATO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>participación en los totales nacionales</i>					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1,3	2,9	2,7	2,5	2,9
1. Servicios profesionales	0,6	2,0	2,1	1,5	1,9
721 Servicios profesionales a empresas	0,6	2,0	2,1	1,5	1,9
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1,7	3,4	3,3	3,5	4,0
731 Comercio al por mayor	0,7	3,4	3,2	3,9	4,5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	2,4	3,4	3,4	3,4	3,7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2,6	3,4	3,6	3,9	3,8
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	2,9	3,7	3,9	3,6	4,2
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	3,7	4,3	4,9	4,5	4,7
812 Supermercados	1,4	2,5	2,2	2,4	2,9
813 Gasolineras y combustibles	4,6	4,2	3,2	3,9	4,9
4. Servicios de consumo inmediato	2,1	2,5	2,5	3,9	2,6
821 Preparación de alimentos y bebidas	1,6	2,9	2,7	2,9	3,5
822 Aseo y limpieza	2,0	3,1	3,0	4,2	3,8
823 Recreación y esparcimiento	2,8	3,9	3,1	2,0	3,0
824 Difusión e información	1,4	2,2	1,8	6,6	0,8
825 Hoteles, moteles y posadas	2,6	1,5	2,1	2,6	2,2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3,0	3,6	4,2	4,1	4,5
831 Bienes del hogar y personales	2,9	3,9	4,3	4,2	4,6
832 Tiendas de departamento	1,8	2,3	1,6	2,8	4,4
833 Automotrices y autopartes	3,8	3,0	5,1	4,1	4,0
6. Servicios de consumo duradero	2,4	3,8	3,8	3,9	3,5
841 Reparaciones	2,4	4,1	4,1	4,3	3,8
842 Educación y cultura privados	2,2	3,5	3,4	3,9	3,4
843 Salud y asistencia social privada	2,6	3,8	4,1	3,2	3,7
TOTAL	2,1	3,2	3,2	3,2	3,3

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 2 y 19 del apéndice estadístico

Para ver más a detalle al interior del sector terciario, el cuadro II.7 muestra la participación de Guanajuato por grupos de actividad de dicho sector¹⁴. Es posible notar que

¹⁴ El cuadro 2.6 se elaboró con los datos de las cuentas nacionales cuyos valores son distintos a los censos económicos. En este sentido, de acuerdo con estos últimos, en 1980 el 2.1% del PIB terciario nacional se

tanto el sector en general como el subsector de comercio y servicios al productor (CSP) aumentan su participación entre 1980 y 1988 para luego mantenerla estable, la primera alrededor de 3.2% y la última de 2.9%; en tanto que el subsector de comercio y servicios al consumidor (CSC) aumenta inclusive hasta 2003. Es decir, este último viene ganando importancia en la economía nacional y son las tiendas de departamentos el grupo que fundamentalmente explica este comportamiento seguido del de automotrices y autopartes.

4. ESTRUCTURA Y DINÁMICA DEL SECTOR TERCIARIO ESTATAL

Interesa en este inciso determinar la evolución de los grupos de actividades que constituyen el sector terciario en Guanajuato. Asimismo, a partir de las tasas de crecimiento del sector y de dichos grupos, se analizará la dinámica terciaria en el estado y se hará su comparación con lo acontecido en el plano nacional.

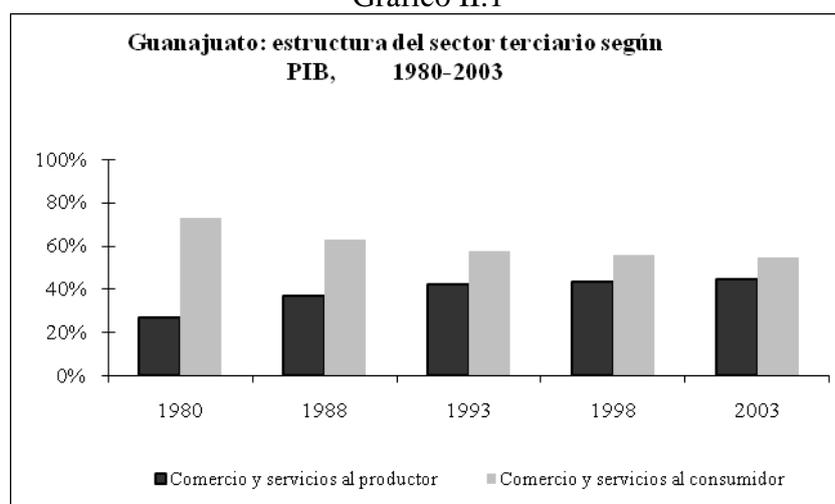
4.1 Creciente participación de los servicios al productor

En 1980, el PIB del sector terciario en Guanajuato estaba compuesto por 73.3% de CSC y 26.7% de CSP (gráfico II.1). Esta estructura coincide con la del país, en cuanto a la mayor importancia del CSC cuya participación era de 57.7%, mientras que el 42.3% era de CSP; no obstante, la diferencia entre ambos sectores era mayor en Guanajuato (gráfico II.1 y II.2). Ahora bien, el grupo que absorbía el mayor porcentaje de PIB del sector en la entidad era comercio de equipos e insumos industriales (732) que está dirigido al productor, mientras en el país junto con el 732, los servicios profesionales también era el grupo principal.

De acuerdo con el personal ocupado (PO), la diferencia entre subsectores era mucho mayor que respecto a PIB, en Guanajuato el CSC absorbía 86.7% del PO del sector, mientras que los servicios al productor absorbían 13.3%; por su parte en México las proporciones eran de 81 y 19% respectivamente (gráfico II.3 y II.4).

generaba en Guanajuato; en 1988 y hasta 1998 esta participación fue de 3.2%, para finalmente en 2003 aumentar ligeramente a 3.3%. La especial diferencia en 1980 radica en que el censo económico de dicho año presenta algunas irregularidades.

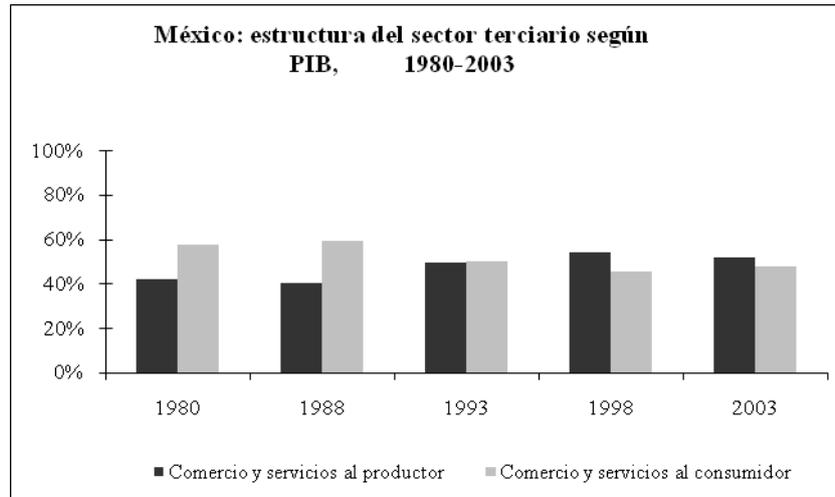
Gráfico II.1



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 4 del apéndice estadístico

A lo largo del periodo de estudio, el CSP aumentó su participación en el PIB terciario de Guanajuato: en 1988 dicha participación fue de 36.8%, en 1993 de 42.5%, en 1998 de 43.7% y en 2003 alcanzó el 44.9%. En el ámbito nacional, el CSP también fue ganando terreno (alcanzando en 2003 el 52.1%), a pesar de que el crecimiento en la entidad fue más importante. Por ende, tanto en Guanajuato como en el país, sucedía el movimiento contrario con el CSC: la participación de este subsector en la estructura del sector terciario bajó. En el estado a 63.2% en 1988, a 57.5% en 1993, a 56.3% en 1998 y finalmente, en 2003 a 55.1%; mientras que en el país a 47.9% en 2003, es decir, casi 10 UP (gráficos II.1 y II.2). En los dos ámbitos espaciales, la brecha de participaciones entre ambos subsectores ha ido disminuyendo. En el país, ya en 1998 la participación del CSP superaba el 50% (54.4), mientras que en la entidad, si bien en 2003 aún no había superado en importancia a las actividades dedicadas al consumidor; de seguir esta tendencia probablemente el próximo censo económico arroje dicho resultado.

Gráfico II.2



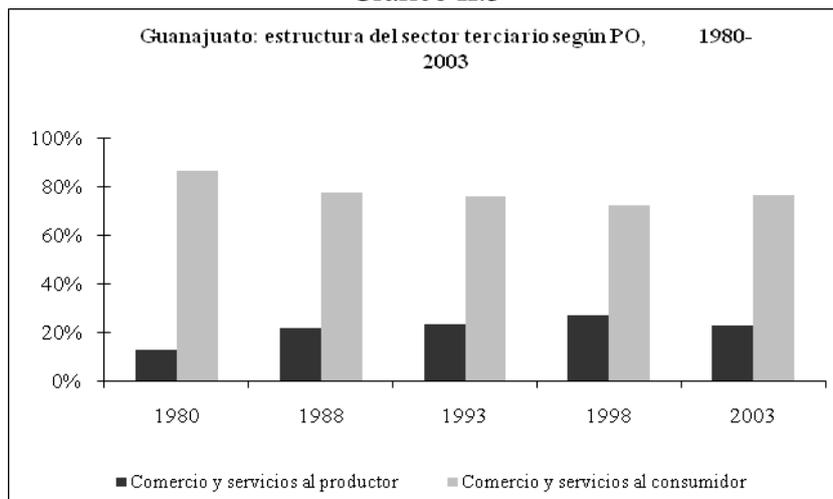
Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 21 del apéndice estadístico

En términos de PIB, la economía nacional, así como la de Guanajuato se están transformando no sólo en una economía con preponderancia de los servicios sino que éstos están cada vez más dirigidos a los productores. En el caso de la economía nacional, el grupo de servicios profesionales a empresas (721) ha sido el fundamento principal del crecimiento de la participación del subsector orientado al productor; mientras que, en el caso de la economía estatal, además de ese grupo, el grupo de comercio al por mayor (731) explicó también gran parte de la mejor participación de ese subsector.

La evolución de la estructura del sector terciario en Guanajuato según PO, es muy similar a la que hemos visto para el PIB. La participación del CSC baja en 1988 a 78.1%, en 1993 a 76.5%, en 1998 a 72.6%, para finalmente subir en 2003 a 76.7% (gráfico II.3). A pesar de este último incremento, en el periodo completo se observa una caída de dicho subsector. Contrario a esto, el CSP aumenta su participación en 1988 a 21.9%, en 1993 a 23.5%, en 1998 a 27.2%, mientras en 2003 tienen un pequeño retroceso a 23.3%. Esta evolución muestra coincidencias con lo que sucede en el ámbito nacional, en donde también aparece un cambio en la tendencia en 2003, a pesar de que a lo largo de todo el periodo prevalece una disminución de la participación de los servicios al consumidor que cayó de 81% en 1980 a 72.1% en 2003 y por tanto, un aumento en la participación de los servicios al productor de 19% en 1980 a 27.9% en 2003 (gráfico II.4). En Guanajuato, el grupo servicios profesionales a empresas (721), perteneciente al subsector orientado al productor, tuvo un

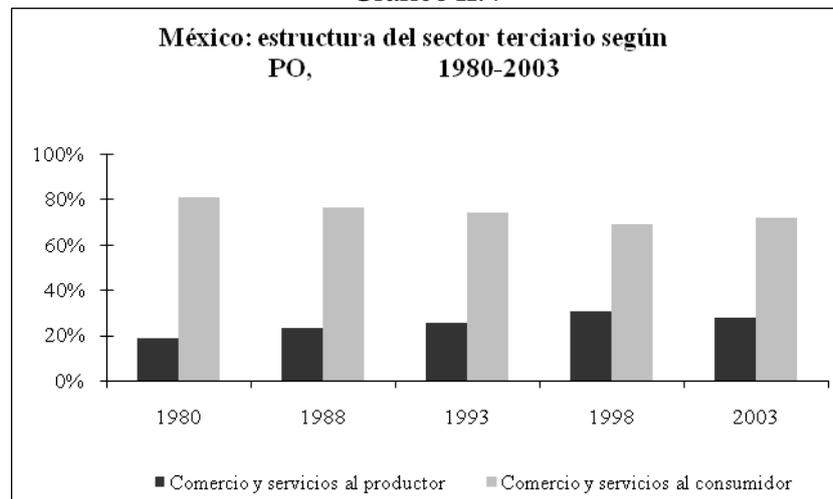
importante aumento de participación, mientras que, la del grupo comercio de alimentos, bebidas y tabaco (811) del subsector al consumidor, tuvo una fuerte caída. Con la combinación de estos movimientos nos atreveríamos a pensar en una *profesionalización* de la mano de obra en el estado, ya que parte de la población ocupada en el comercio de alimentos y bebidas no requiere de altos niveles de cualificación.

Gráfico II.3



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 4 del apéndice estadístico

Gráfico II.4



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 21 del apéndice estadístico

En el país como en la entidad, de acuerdo con los gráficos II.1 a II.4, si bien el PO se está desplazando hacia el subsector dirigido al productor y la brecha entre ambos subsectores

está siendo cada vez menor, el movimiento es mucho más lento que lo sucedido según PIB, por lo que todavía la mayor parte del personal ocupado está empleado en el subsector dirigido al consumidor.

4.2 Dinámica diferencial de los servicios según ámbitos espaciales

En este apartado compararemos mediante las tasas de crecimiento del sector terciario en el ámbito nacional y estatal, y con los coeficientes de especialización de las actividades de comercio y servicios en el estado, la dinámica del sector en Guanajuato con lo que ha sucedido en el país.

Durante el periodo de 1981 a 1988, la tasa de crecimiento anual del sector terciario nacional fue de 2.4%, mientras la del subsector de CSP fue de 1.9% y la del CSC de 2.7%. Por su parte, en Guanajuato dichas tasas fueron de 8.2, 12.6 y 6.2% respectivamente (cuadro II.8). Es posible notar que en el país fue más importante el crecimiento del subsector orientado al consumidor, mientras que en Guanajuato, el crecimiento del subsector orientado al productor fue el doble que el experimentado en el CSC. El grupo más dinámico en el estado de Guanajuato fue comercio al por mayor (731), actividad que está orientada a los productores.

Cuadro II.8

MÉXICO Y GUANAJUATO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003									
<i>(Tasas de crecimiento anual)</i>									
<i>Grupo</i>	<i>México</i>				<i>Guanajuato</i>				
	<i>1981-1988</i>	<i>1989-1993</i>	<i>1994-1998</i>	<i>1999-2003</i>	<i>1981-1988</i>	<i>1989-1993</i>	<i>1994-1998</i>	<i>1999-2003</i>	
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1,87	8,49	3,76	3,36	12,65	6,99	2,27	5,89	
1. Servicios profesionales	0,41	15,77	4,79	6,04	16,15	16,60	-1,33	11,18	
721 Servicios profesionales a empresas	0,41	15,77	4,79	6,04	16,15	16,60	-1,33	11,18	
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	2,71	3,79	2,81	0,43	11,75	3,23	4,08	3,25	
731 Comercio al por mayor	0,82	5,38	-0,80	6,21	21,85	4,48	2,69	9,53	
732 Comercio de equipos e insumos industriales	3,91	2,86	4,85	-2,88	8,39	2,51	4,89	-0,98	
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2,74	0,86	-0,11	5,30	6,23	2,06	1,22	4,85	
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	6,50	-4,01	2,05	4,59	10,01	-3,06	0,59	7,65	
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	6,21	-3,09	-1,73	3,85	8,33	-0,55	-3,12	4,73	
812 Supermercados	4,46	-4,04	6,35	0,95	12,46	-6,11	7,60	5,39	
813 Gasolineras y combustibles	18,44	-9,05	8,09	16,13	17,19	-13,76	12,50	21,44	
4. Servicios de consumo inmediato	-1,70	5,77	-1,89	4,41	0,73	5,45	7,72	-4,10	
821 Preparación de alimentos y bebidas	1,37	7,28	-5,41	5,17	8,85	6,28	-4,70	9,65	
822 Aseo y limpieza	-3,10	5,56	-5,86	12,16	2,45	4,44	0,86	9,79	
823 Recreación y esparcimiento	-11,19	6,82	-0,18	8,13	-7,44	2,13	-8,40	16,48	
824 Difusión e información	0,00	8,44	1,83	1,02	5,33	4,69	31,36	-33,78	
825 Hoteles, moteles y posadas	-3,01	-0,15	1,39	3,34	-9,16	6,49	6,14	-0,20	
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3,51	-1,43	0,03	4,63	5,87	1,91	-0,62	6,48	
831 Bienes del hogar y personales	6,69	-1,45	0,15	3,75	10,68	0,60	-0,36	5,68	
832 Tiendas de departamento	-7,04	5,41	-4,74	7,80	-4,53	-1,18	5,74	18,43	
833 Automotrices y autopartes	0,74	-3,92	1,66	6,18	-2,33	7,17	-2,61	5,53	
6. Servicios de consumo duradero	0,84	9,57	-1,10	8,78	6,75	9,39	-0,64	6,78	
841 Reparaciones	0,42	2,70	2,28	-1,46	7,16	2,81	3,02	-3,48	
842 Educación y cultura privados	4,14	16,74	-3,17	16,09	10,30	16,47	-0,51	12,58	
843 Salud y asistencia social privada	-1,83	9,32	-2,09	7,71	3,04	10,54	-6,55	10,55	
TOTAL	2,38	4,24	1,89	4,26	8,22	3,98	1,67	5,31	

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 2 y 19 del apéndice estadístico

Entre 1989 y 1993, periodo de recuperación de la economía nacional luego de la década perdida de los ochenta, la tasa nacional de crecimiento anual del sector fue de 4.2% (cuadro II.8). El subsector dirigido al productor era el que fundamentaba esta mayor tasa, pues empezaba a crecer de manera considerable debido a los nuevos requerimientos de una economía que se insertaba al mundo de las políticas neoliberales; así, su tasa de crecimiento anual pasó a 8.5%. Por su parte, la tasa de crecimiento del subsector orientado al consumidor caía a 0.9% posiblemente como consecuencia de la pérdida de poder adquisitivo que había provocado la prolongada recesión de los ochentas en la población mexicana.

En este contexto, en cambio, la economía de Guanajuato experimenta una disminución tanto de la tasa de crecimiento sectorial como de los dos subsectores que lo componen; la primera fue de 4%, mientras que la del subsector orientado al productor fue de 7% y la del orientado al consumidor de 2.1%. La recuperación que comenzaba a experimentar el país no se estaba reflejando en Guanajuato, donde la economía local observó tasas algo menores que las que se alcanzaron en el país, al tiempo que redujo el dinamismo observado en los años ochenta. Es importante notar, que a pesar de las menores tasas que se alcanzaron en el ámbito estatal durante este segundo subperiodo, dichas tasas no son mucho menores que las que se alcanzaron en el país, debido a la mejor posición que mantenía el estado en el subperiodo anterior.

De 1994 a 1998, la economía nacional transitaba por un periodo de deterioro de sus tasas de crecimiento en el sector terciario que baja a 1.9%, constituida por 3.8% en CSP y -0.1% en CSC, situación explicada en términos generales por el crac de 1994-1995. Por su parte, en la economía de Guanajuato se profundizaba la mala situación del periodo anterior; la tasa de crecimiento anual del sector fue 1.7%, la del subsector orientado al productor fue de 2.3% y la del subsector orientado al consumidor cayó a 1.2% (cuadro II.8).

Finalmente, durante el periodo de 1999 a 2003, cuando se vivía una recuperación moderada, la actividad nacional del sector crece a una tasa de 4.3% anual, las actividades orientadas al consumidor alcanzan una tasa de 5.3%; mientras que en las actividades orientadas al productor la tasa, levemente menor, es de 3.4%. Por su parte, la entidad comienza a mostrar signos de recuperación y la tasa de crecimiento anual del sector alcanza

el 5.3%, la del subsector orientado al productor aumenta a 5.9% y la del subsector orientado al consumidor a 4.9%.

Es posible resaltar, que más allá de los ciclos que experimentan las actividades terciarias, durante todo el periodo en Guanajuato las tasas de crecimiento de las orientadas al productor siempre son mayores que las de las orientadas al consumidor. Asimismo, comparando la dinámica nacional con la del estado, parecería ser que en este último la recuperación de las actividades ante periodos de crisis económicas lleva más tiempo, lo que se refleja en periodos más largos de deterioro en las tasas de crecimiento.

Para completar la breve comparación entre las tasas de crecimiento del estado y del país, podemos utilizar el índice de especialización (IE) calculado para las actividades terciarias del estado.⁸ En todo el periodo, el CSP tiene un IE menor que uno (0.6 en 1980, 0.9 en 1988 y 1993, 0.8 en 1998 y nuevamente 0.9 en 2003), en tanto el IE del subsector orientado al consumidor es mayor que uno para todo el periodo (1.3 en 1980, 1.1 en 1988 y 1993, 1.2 en 1998 y 1.1 en 2002), es decir, que son las actividades del comercio y servicios al consumidor en las que se especializa el estado, aunque dicha especialización no sea tan significativa ya que los coeficientes están apenas por encima de uno (cuadro II.9).

⁸ El índice de especialización (IE) es una técnica para determinar la especialización de una ciudad o región en una actividad determinada. El IE es el ratio entre el porcentaje del producto (o empleo) de una actividad (o industria) de una economía local; y el mismo porcentaje para una ciudad referencial, que bien puede tratarse de la economía nacional. De esta manera, el IE de una actividad i es:

$$IE_i = \frac{e_i/e_t}{E_i/E_t}$$

Donde: e_i es el producto (o empleo) de la actividad i en la economía local

e_t es el producto (o empleo) total de la economía local

E_i es el producto (o empleo) de la actividad i de la economía nacional

E_t es el producto (o empleo) de toda la economía nacional

Si el IE_i es igual a uno, significa que la economía local tiene el mismo porcentaje de producto de la actividad i que la economía nacional; Si $IE < 1$, implica que la primera tiene una participación menos que proporcional de producto en esa actividad; mientras que si $IE > 1$ la concentración de la actividad i es más que proporcional

Cuadro II.9

GUANAJUATO: INDICE DE ESPECIALIZACION DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
Grupo	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	0,6	0,9	0,9	0,8	0,9
1. Servicios profesionales	0,3	0,6	0,7	0,5	0,6
721 Servicios profesionales a empresas	0,3	0,6	0,7	0,5	0,6
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	0,8	1,1	1,0	1,1	1,2
731 Comercio al por mayor	0,4	1,0	1,0	1,2	1,4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1,3	1,1	1,1	1,2	1,1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1,4	1,1	1,2	1,1	1,3
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	1,8	1,3	1,5	1,4	1,4
812 Supermercados	0,7	0,8	0,7	0,7	0,9
813 Gasolineras y combustibles	2,2	1,3	1,0	1,2	1,5
4. Servicios de consumo inmediato	1,0	0,8	0,8	1,2	0,8
821 Preparación de alimentos y bebidas	0,8	0,9	0,9	0,9	1,1
822 Aseo y limpieza	1,0	1,0	0,9	1,3	1,1
823 Recreación y esparcimiento	1,4	1,2	1,0	0,6	0,9
824 Difusión e información	0,7	0,7	0,6	2,1	0,2
825 Hoteles, moteles y posadas	1,2	0,5	0,7	0,8	0,7
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1,4	1,1	1,3	1,3	1,3
831 Bienes del hogar y personales	1,4	1,2	1,4	1,3	1,4
832 Tiendas de departamento	0,9	0,7	0,5	0,9	1,3
833 Automotrices y autopartes	1,8	0,9	1,6	1,3	1,2
6. Servicios de consumo duradero	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1
841 Reparaciones	1,2	1,3	1,3	1,4	1,2
842 Educación y cultura privados	1,1	1,1	1,1	1,2	1,0
843 Salud y asistencia social privada	1,3	1,2	1,3	1,0	1,1

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 2 y 19 del apéndice estadístico

Vale la pena notar que el grupo 732 (comercio de equipos e insumos industriales) es el único del CSP con IE mayor que uno en todo el periodo, esto es lógico si recordamos la importancia que tiene en la entidad el comercio de maquinaria y equipo para tareas agropecuarias, así como la presencia de la industria automotriz. Al interior del CSC, los mayores índices los tienen el comercio de alimentos, bebidas y tabaco (811), el comercio de autopartes y automotrices (833) y los servicios de reparación (841); estos dos últimos relacionados también con la industria automotriz. No obstante, son muy pocas las ocasiones en que se encuentran índices considerablemente altos, como es el caso de los grupos 811 y

833 en 1980, por lo que la especialización de Guanajuato que sugieren estos resultados es moderada.

5. SÍNTESIS

En México la participación del sector terciario aumentó en las últimas décadas del siglo pasado tanto en términos de PEA como de PIB, alcanzando en el año 2000 el 49.2% de la PEA total y en el 2006, el 67.5% del PIB. Esto último explicado fundamentalmente por el continuo aumento de las actividades de transporte, almacenaje y comunicaciones; y de los servicios financieros.

Guanajuato también tuvo una creciente concentración en las actividades terciarias según la PEA, mientras que según PIB fue prácticamente constante. En cambio, sobresale la mayor participación que ha adquirido el PIB del sector secundario, subiendo casi 10 unidades porcentuales entre 1980 y 2006, de las cuales 8.5 fueron gracias a la industria manufacturera. Al interior del estado fue posible notar que en León, la PEA del sector secundario y la del terciario era casi la misma en 2000, mientras que en Celaya e Irapuato la preponderancia de las últimas era notoria alcanzando 53.6 y 51.9% respectivamente.

De acuerdo con la información del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), la proporción en la que contribuye el estado de Guanajuato a la economía nacional ha venido en continuo crecimiento, pasando de 2.9 en 1980 a 3.7% en 2006. Lo anterior explicado fundamentalmente porque el sector secundario duplicó su participación, en tanto el terciario se mantuvo una vez más estable, lo que reafirma la importancia que ha venido adquiriendo el estado en las actividades secundarias. En tanto que, a pesar de la estabilidad en la participación de los servicios estos siguen siendo las actividades con mayor proporción en la economía estatal. Asimismo, constatamos que a partir de 1988 es el subsector de servicios al consumidor del estado el que viene creciendo en el país, al tiempo que los servicios al productor se mantienen constantes.

A lo largo del periodo de estudio, el comercio y servicios al productor (CSP) aumentó su participación en el PIB terciario de Guanajuato y del país; inclusive en el primero con mayor velocidad. En efecto, la brecha de participaciones entre los dos

subsectores ha ido disminuyendo en los dos ámbitos espaciales. Esto mismo también ha sucedido según el personal ocupado, aunque el movimiento es mucho más lento por lo que todavía la mayor parte del PO tanto del estado como del país, está empleado en el subsector de comercio y servicios al consumidor.

Finalmente, las tasas de crecimiento del CSP son mayores que las del CSC en Guanajuato; no obstante, las tasas de este subsector son mayores en el estado que en el país para casi todo el periodo, lo que habla de una dinámica más importante de Guanajuato en este tipo de servicios, mientras que no es posible sacar nada en claro para los servicios al productor. En esta línea, pudimos observar que según el IE, la entidad se especializa únicamente en el subsector de CSC; no obstante, sólo es posible hablar de cuatro grupos que sobresalen durante todo el periodo (732, 811, 833 y 841) aunque se trate de una especialización moderada, ya que sus índices son apenas superiores a uno.

CAPÍTULO III. EL SECTOR SERVICIOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE GUANAJUATO

En este capítulo se presenta el análisis de las principales ciudades de Guanajuato para entender finalmente la localización de la actividad terciaria en la jerarquía de ciudades de la entidad. La primera sección trata de ver como se estructura el terciario en cada ciudad según producto interno bruto y personal ocupado, y junto con las tasas de crecimiento, el objetivo es encontrar los subsectores y grupos más importantes y dinámicos en cada una de ellas para cada uno de los subperiodos que se vienen manejando. La segunda sección refiere a la localización de las actividades en las diferentes ciudades que hemos elegido, con el fin de demostrar en cuáles de ellas hay una mayor concentración y de qué tipo de actividades. Finalmente en la tercera sección se presenta un breve análisis a partir de la productividad y de los índices de especialización de las ciudades que permitan confirmar o no las primeras conclusiones que vayan surgiendo en el capítulo.

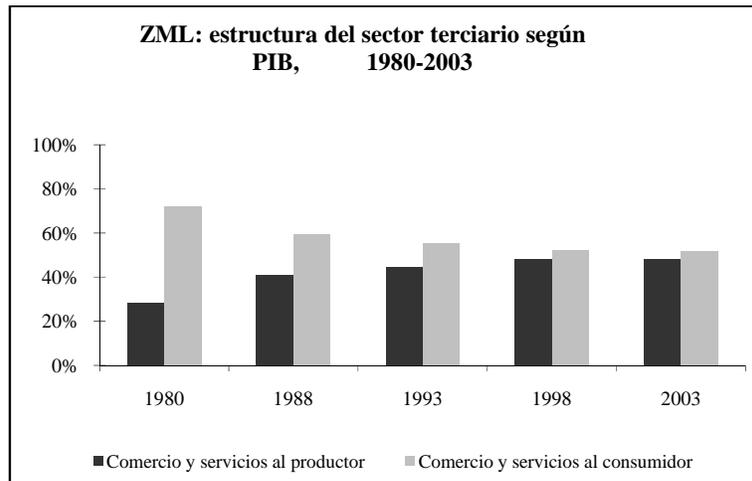
1. ESTRUCTURA TERCIARIA

A continuación se presenta la estructura del producto interno bruto y del personal ocupado del sector terciario en las principales ciudades de Guanajuato, con el objetivo de determinar en términos generales, la importancia que tienen el comercio y servicios al productor (CSP) y el comercio y servicios al consumidor (CSC) en cada una de ellas y su evolución en el periodo de estudio. Se busca en última instancia, encontrar las tendencias que va adquiriendo dicha estructura en cada ciudad. No obstante, un análisis más exhaustivo se completará en el cuarto apartado de este capítulo donde junto con el índice de especialización de las mismas metrópolis trataremos de encontrar tendencias más claras.

1.1 CSC y CSP según tamaño de ciudades y producto interno bruto

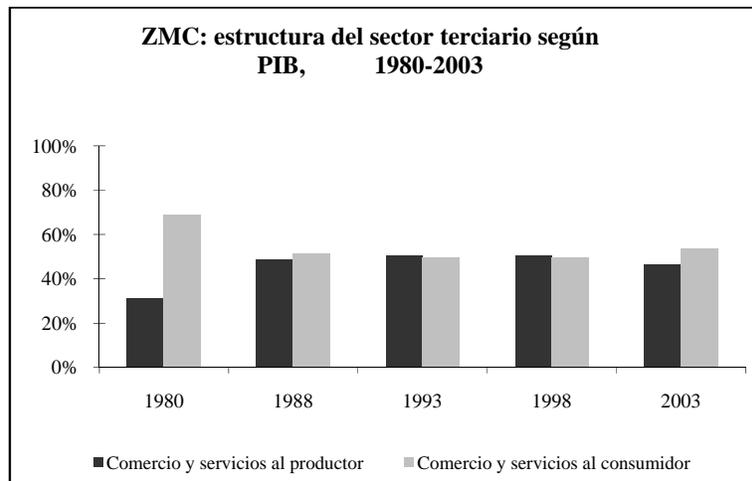
En 1980, el PIB del subsector CSC era el 73.3% del sector terciario en Guanajuato; en la ZML esta participación era de 72%, en la ZMC de 68.8% y en la ZMI de 67.5%; mientras que en la Ciudad de Guanajuato era de 91.5% (gráficos III.1, III.2, III.3 y III.4). El peso de este subsector en la estructura terciaria era muy grande, por ende, la participación del subsector orientado al productor quedaba en un lejano segundo plano: 26.7% en la entidad, 28% para León, 31.2% para Celaya, 32.5% para Irapuato, y 8.2% para la Ciudad de Guanajuato. Es curioso notar que siendo la ZML la más grande del estado, tenga la mayor proporción de PIB en el subsector orientado al consumidor respecto a las otras dos metrópolis, por lo que parecería ser, que en 1980, el fenómeno de la especialización de las grandes ciudades en los servicios al productor todavía no asomaba en el estado de Guanajuato. En la ZML, como en la ZMI el grupo de comercio de equipo e insumos industriales (732) tenía una gran participación derivada de la importancia de la industria y las actividades agropecuarias que demandan estos equipos. En la ZMC era muy importante la participación del grupo comercio de alimentos, bebidas y tabaco (811), aunque es posible que en Celaya este grupo no esté especialmente orientado a los consumidores, ya que existe una importante industria de productos derivados de la leche y del ganado que se ofrecen no solamente en la región sino en todo el país. Mientras que en la Ciudad de Guanajuato, el grupo hoteles, moteles y posadas (825) es muy importante debido al desarrollo de la actividad turística en este lugar.

Gráfico III.1



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 7 del apéndice estadístico

Gráfico III.2

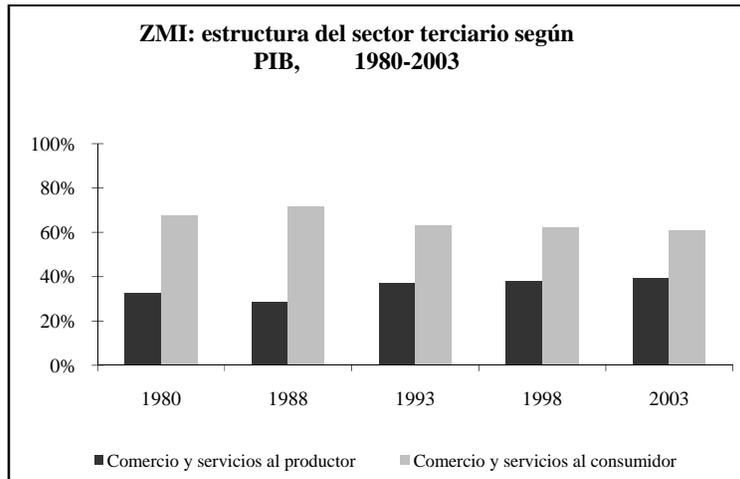


Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 10 del apéndice estadístico

De 1980 a 1988, la participación de las actividades orientadas al productor aumenta en las dos principales ciudades (40.7% en la ZML y 48.5% en la ZMC), mientras que en la ZMI caía a 28.6% y; en la Ciudad de Guanajuato que es mucho más pequeña, dicha participación también creció (21.3%). En los casos en que aumenta la participación del CSP, resalta la mayor importancia que adquirió en el periodo de recesión nacional el grupo comercio al por mayor (731).

Para 1993, los servicios orientados al productor aumentan su participación sectorial, esta vez en todas las ciudades; con el grupo servicios profesionales a empresas (721) como principal fundamento en todas ellas. Esta tendencia del CSP continúa en 1998 y en 2003, a pesar de la caída que tuvo en Celaya y en la ciudad de Guanajuato. Al final del periodo, en 2003, el CSP alcanza una participación de 48.2% del sector terciario de León; de 46.4% en Celaya; de 39.2% en Irapuato y 21.8% en la Ciudad de Guanajuato. Igualmente, el grupo servicios profesionales a empresas (721) mantuvo la tendencia creciente en su participación y se convirtió al final del periodo en el principal componente del subsector orientado al productor, especialmente en las dos mayores zonas metropolitanas.

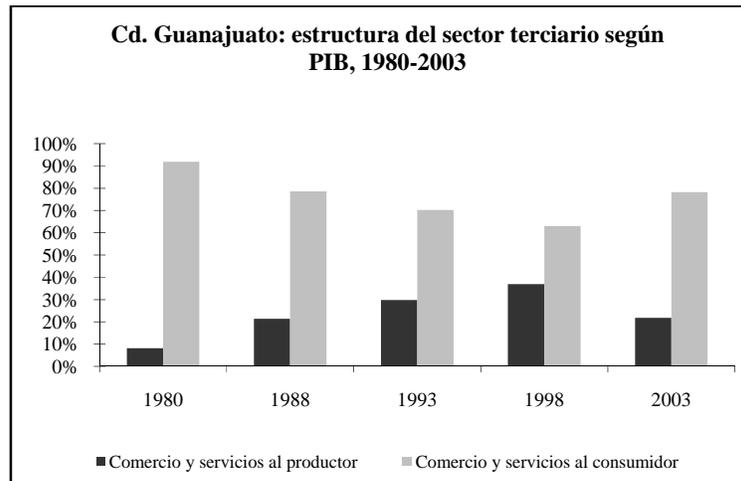
Gráfico III.3



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 13 del apéndice estadístico

En el periodo completo, la ZML es la que presenta la mayor caída de la participación del CSC y, para 2003, era la zona con menor aportación de dichas actividades al PIB terciario de la ciudad (51.8%); le seguía la ZMC, donde dicha participación era de 53.6%; luego la ZMI y finalmente la Ciudad de Guanajuato con 60.8 y 78.2% respectivamente. De continuar esta tendencia, es muy factible que para el próximo censo económico, las actividades orientadas al productor en la ZML superen en participación a las orientadas al consumidor.

Gráfico III.4

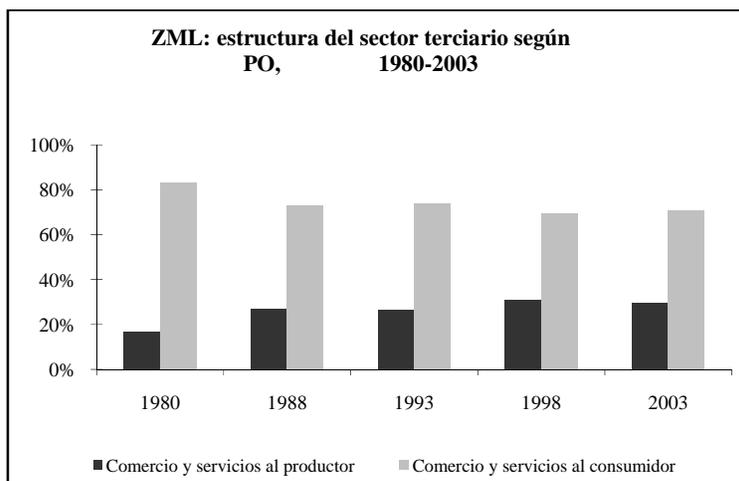


Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 16 del apéndice estadístico

1.2 Mayor desequilibrio intrasectorial según población ocupada

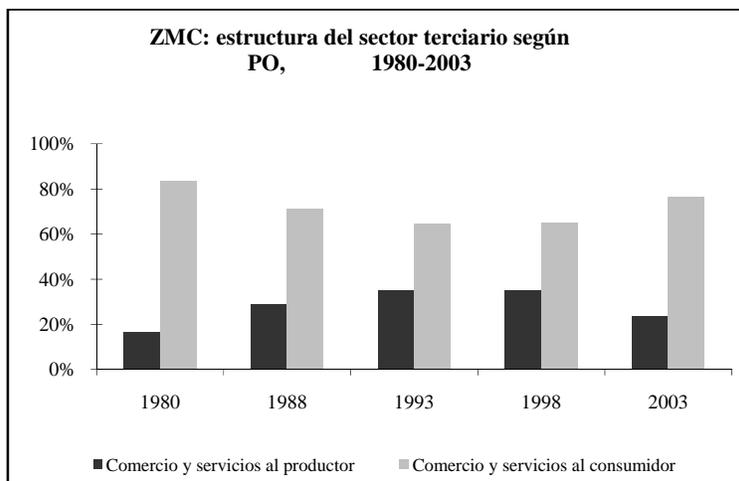
Según el personal ocupado, la participación de las actividades orientadas al productor, en 1980, en las tres principales metrópolis del estado era muy similar: en la ZML 16.7% de su PO estaba en este subsector; en la ZMC el 16.6% y en la ZMI el 16.4% (gráficos III.5, III.6 y III.7). Por tanto, de acuerdo con el PO, parecería no existir una relación entre el tamaño de la ciudad y la concentración de actividades orientadas al productor, pues a pesar de la mayor importancia económica de León, la participación del CSP no era mucho mayor que en las otras dos grandes metrópolis. Por su parte, en la Ciudad de Guanajuato 6.8% del PO del sector terciario estaba en este subsector (gráfico III.8). De lo anterior se desprende que, la participación del subsector orientado a los consumidores en 1980, era de más del 80% en todos los casos: en la ZML el 83.3% del PO lo absorbía este subsector, en la ZMC el 83.4%, en la ZMI el 83.6% y en la Ciudad de Guanajuato el 93.2%.

Gráfico III.5



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 7 del apéndice estadístico

Gráfico III.6

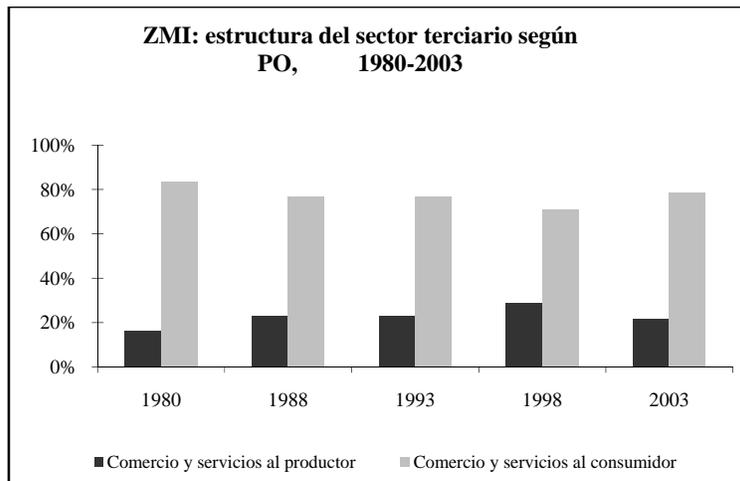


Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 10 del apéndice estadístico

En 1988, la experiencia ya señalada en términos de PIB es acompañada por el personal ocupado, es decir, la participación de las actividades orientadas al productor van adquiriendo mayor importancia, alcanzando en León el 27% del PO del sector, en Celaya el 28.7%, en Irapuato el 23% y en la ciudad de Guanajuato el 13.9%. El comercio de equipos e insumos industriales tiene una participación muy importante en la ZML y la ZMI, no obstante que en

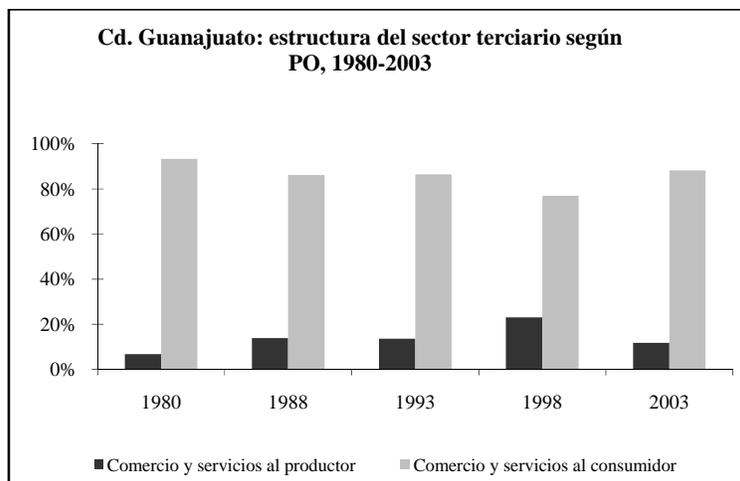
todos los casos el aumento porcentual de los servicios profesionales a empresas (721) es lo más destacado.

Gráfico III.7



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 13 del apéndice estadístico

Gráfico III.8



Fuente: gráfico realizado a partir del cuadro 16 del apéndice estadístico

En 1993, si bien el CSP ve disminuida su participación en León (26.4%) respecto a 1988, esta disminución es pequeña como para hablar de un cambio de tendencia en dicha participación, que en cambio, se confirma hacia 1998. Finalmente, en 2003 la participación

de las actividades orientadas al productor disminuyó en todos los casos. No obstante, considerando todo el periodo de estudio, al igual que lo encontrado con el PIB vemos una mayor proporción del PO del subsector de CSP en todas las ciudades (29.4% del PO en la ZML, 23.7% en la ZMC, 21.6% en la ZMI y 11.8% en la ciudad de Guanajuato) en detrimento de las actividades orientadas al consumidor.

1.3 Dinámica del sector terciario

La tasa de crecimiento del PIB terciario en León y Celaya entre 1980 y 1988 fue de 9.3 y 8.7%, algo superiores al 8.2% de la entidad. Las correspondientes al CSP fueron, en el mismo orden, 14.5, 14.9 y 12.6%, elevando la diferencia respecto al total estatal en buena medida porque en estas 2 ciudades se concentra la parte más moderna de la actividad económica estatal que corresponde a este tipo de actividades. Como contrapartida, las tasas del CSC tuvieron valores de 6.7 y 4.9 y 6.2%, (cuadro III.1). Vale la pena destacar que las tasas de crecimiento del PIB experimentadas por el subsector orientado al productor son considerablemente mayores que las del orientado al consumidor en los tres ámbitos; la adopción de las políticas neoliberales con la apertura de la economía al comercio internacional impulsó de manera más significativa a las principales urbes al aumentar la demanda de los servicios al productor. Por su parte, las tasas de crecimiento sectoriales de la ZMI y de las ciudades de Guanajuato y Silao fueron más pequeñas, 4.9, 2.3 y 0.5% respectivamente. En el primer y tercer lugar destaca que la tasa del CSC fue mayor que la correspondiente al CSP, mostrando su carácter más tradicional de pequeñas urbes.

Cuadro III.1

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SECTOR SERVICIOS POR SUBSECTORES, 1980-2003				
<i>Tasas de crecimiento anuales</i>				
<i>Grupo</i>	<i>1981-1988</i>	<i>1989-1993</i>	<i>1994-1998</i>	<i>1999-2003</i>
TOTAL DEL SECTOR SERVICIOS				
Guanajuato	8,2	4,0	1,7	5,3
Zona Metropolitana de León	9,3	5,4	1,1	5,0
Zona Metropolitana de Celaya	8,7	1,1	2,0	4,2
Zona Metropolitana de Irapuato	4,9	1,4	2,9	4,9
Ciudad de Guanajuato	2,3	6,1	2,8	4,3
Ciudad de Silao	0,5	15,9	-1,0	10,5
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR				
Guanajuato	12,6	7,0	2,3	5,9
Zona Metropolitana de León	14,5	7,3	2,6	5,2
Zona Metropolitana de Celaya	14,9	2,0	2,0	2,4
Zona Metropolitana de Irapuato	3,2	6,7	3,5	5,6
Ciudad de Guanajuato	15,4	13,4	7,3	-6,2
Ciudad de Silao	-0,5	25,6	-4,9	18,5
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR				
Guanajuato	6,2	2,1	1,2	4,9
Zona Metropolitana de León	6,7	4,0	-0,1	4,9
Zona Metropolitana de Celaya	4,9	0,2	2,0	5,9
Zona Metropolitana de Irapuato	5,6	-1,0	2,5	4,4
Ciudad de Guanajuato	0,4	3,7	0,6	8,9
Ciudad de Silao	1,0	9,4	2,7	1,2

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 2, 5, 8, 11, 14 y 16 del apéndice estadístico

En el periodo de 1989 a 1993, a pesar de la recuperación económica que se vivía en el país, la tasa anual sectorial bajó en la entidad al igual que en las ciudades principales (4% en Guanajuato; 5.4% en la ZML; 1.1% en la ZMC y 1.4% en la ZMI), mientras que, en los municipios más pequeños estas tasas aumentaron (6.1% en la ciudad de Guanajuato y 15.9% en Silao). El incremento de la ciudad de Guanajuato se explica por la tasa de crecimiento anual del subsector orientado al consumidor (3.7%), mientras que el incremento en Silao se explica por la mayor tasa en ambos subsectores (25.6% en el CSP y 9.4% en el CSC). Esto parecería lógico si consideramos que Silao al estar más cerca de la ZML se ve beneficiado por el estímulo que genera su dinámica, especialmente en los servicios al consumidor, a pesar de las menores tasas que la ZML padecía en este periodo. En el periodo de 1994 a 1998 se mantuvo la caída de las tasas anuales del estado y de León (1.7 y 1.15 % respectivamente) mientras que comienza una recuperación en Celaya e Irapuato (2 y 2.9% en ese orden),

explicada por las tasas que alcanzan en el subsector orientado al consumidor (2 y 2.5%). Este periodo se caracteriza también porque la continua caída de León comienza a afectar a las ciudades dentro de su área de influencia; en este sentido, la ciudad de Guanajuato y Silao obtienen tasas de crecimiento anuales menores a las del periodo anterior, 2.8 y -1% respectivamente. Finalmente, en el periodo de 1999 a 2003, la tasa estatal se recupera (alcanza un crecimiento de 5.3% por año), lo mismo que la de todas las ciudades. Evidentemente la recuperación económica del país se comenzaba a sentir en las ciudades de Guanajuato. Las zonas metropolitanas experimentan un aumento en las tasas de crecimiento de ambos subsectores: en el CSP, la ZML alcanzó una tasa de 5.2% anual, la ZMC de 2.4% y la ZMI de 5.6%; mientras que en el CSC las tasas de crecimiento fueron de 4.9, 5.9 y 4.4% por año respectivamente. Es importante resaltar el importante aumento de la tasa de crecimiento de Silao en el subsector orientado al productor, debido en parte a las plantas de la *General Motors* en conjunción con las políticas neoliberales de la época y también como consecuencia del derrame que pudo causar el crecimiento de León.

1. PARTICIPACIÓN DE LAS CIUDADES EN LOS SERVICIOS DE GUANAJUATO: EL PROTAGONISMO DE LEÓN.

La zona metropolitana de León se ha constituido en el punto neurálgico de Guanajuato según población y actividades económicas, por lo que es de gran interés analizar la tendencia que observa su contribución estatal en las actividades terciarias, así como la de las otras ciudades. Considerando que importa determinar el proceso de concentración espacial de los servicios en la urbe principal, se agregará la pequeña ciudad de Silao, dada la fuerte articulación funcional que tiene con León

2.1 Creciente participación según producto interno bruto

La concentración del sector terciario en León ya era sorprendente en 1980 cuando su participación en el PIB terciario estatal era de 41.4%, es decir, casi la mitad de la actividad sectorial se generaba solamente en su urbe principal. La diferencia con Celaya, la segunda ciudad del estado, era muy grande ya que ésta apenas absorbía el 17.5% del PIB terciario;

15.1% la ZMI; 3.5% la ciudad de Guanajuato (porcentaje muy bajo considerando que se trata de la capital política del estado); y Silao únicamente 1.5% (cuadro III.2). Por su parte, la ZML concentraba el 43.4% del subsector de CSP y el 40.7% del CSC; en efecto, la concentración de las actividades dirigidas al productor en León era mayor que la de las actividades dirigidas al consumidor. En las demás metrópolis también se concentraban en mayor medida las primeras: la participación de la ZMC en el CSP del estado era de 20.4%, mientras que concentraba 16.4% del CSC; la ZMI concentraba 18.3% de las actividades orientadas al productor y 13.9% de las orientadas al consumidor; en tanto Silao concentraba 1.8% de las primeras y 1.4% de las últimas. Por el contrario, por su gran especialización turística la ciudad de Guanajuato tenía una mayor participación en las actividades orientadas al consumidor (4.4%), que en las del productor (1.1%).

Cuadro III.2

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SECTOR SERVICIOS POR SUBSECTORES, 1980-2003					
<i>(Participación en la entidad)</i>					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
TOTAL DEL SECTOR SERVICIOS					
Zona Metropolitana de León	41,4	44,8	48,0	46,7	46,1
Zona Metropolitana de Celaya	17,5	18,1	15,8	16,0	15,2
Zona Metropolitana de Irapuato	15,1	11,7	10,3	11,0	10,7
Ciudad de Guanajuato	3,5	2,2	2,5	2,6	2,5
Ciudad de Silao	1,5	0,9	2,3	1,9	3,3
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR					
Zona Metropolitana de León	43,4	49,5	50,3	51,1	49,4
Zona Metropolitana de Celaya	20,4	23,9	18,8	18,5	15,7
Zona Metropolitana de Irapuato	18,3	9,1	8,9	9,5	9,4
Ciudad de Guanajuato	1,1	1,3	1,7	2,2	1,2
Ciudad de Silao	1,8	0,7	3,0	1,8	5,2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR					
Zona Metropolitana de León	40,7	42,1	46,2	43,3	43,4
Zona Metropolitana de Celaya	16,4	14,8	13,5	14,0	14,8
Zona Metropolitana de Irapuato	13,9	13,2	11,4	12,1	11,8
Ciudad de Guanajuato	4,4	2,8	3,0	2,9	3,5
Ciudad de Silao	1,4	1,0	1,8	2,1	1,8

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 2, 5, 8, 11, 14 y 17 del apéndice estadístico

Las actividades que se concentraron en mayor medida en la ZML en 1980 fueron: los servicios profesionales que generaron 57.3% del PIB estatal; educación y cultura privados que generó 61.7%; las tiendas de departamento que generaron 64% y; gasolineras y combustibles

62.8%. La primera se caracteriza por ser una actividad especializada dirigida al productor; mientras que los grupos 842 y 832 requieren de un mercado de cierta dimensión que tenga un poder adquisitivo suficiente para demandar servicios educativos privados y comprar en tiendas departamentales.

La participación de León y Celaya, en 1988, aumenta a 44.8 y 18.1% respectivamente, mientras que Irapuato, la ciudad de Guanajuato y Silao disminuyen a 11.7, 2.2 y 0.9% respectivamente. De acuerdo con el cuadro III.2, esta situación parece tener dos explicaciones importantes: por un lado, en el subsector de actividades orientadas al productor, la participación de la ZML y de la ZMC aumentan de manera significativa a 49.5 y 23.9% respectivamente; por otro lado, en el subsector de actividades orientadas al consumidor la ZML también mejora su participación. De acuerdo con lo anterior, podemos decir que en este subperiodo se da una polarización de las actividades orientadas al productor, las cuales se concentran en las dos grandes zonas metropolitanas que, a su vez, mantienen una distancia geográfica considerable dentro del estado. Dicha participación la obtienen especialmente en detrimento de los municipios que están en la zona de influencia de la ZML (la ciudad de Guanajuato y Silao) y de Irapuato que mantiene una conexión cercana con aquella. Asimismo, en este subperiodo resalta el aumento de la importancia de la ZML en las actividades orientadas al consumidor.

El subperiodo de 1988 a 1993 se puede denominar como de expansión de la dinámica de la ZML hacia su área de influencia. La participación de León en la actividad terciaria del estado continuaba aumentando, alcanzando un 48%; asimismo, Silao y la ciudad de Guanajuato aumentan también su participación a 2.3 y 2.5% respectivamente. Mientras que Celaya e Irapuato pierden importancia cayendo a 15.8 la primera y 10.3% la segunda. Estos movimientos encuentran explicación en que tanto en el CSP como en el CSC, las ciudades de León, Silao y Guanajuato aumentan su participación: en el subsector orientado al productor aumentan a 50.3, 3.0 y 1.7% respectivamente; y en el subsector orientado al consumidor aumentan a 46.2, 1.8 y 3.0%. En contraparte, Celaya e Irapuato disminuyen su participación en el CSP a 18.8 y 8.9%; y en el CSC a 13.5 y 11.4% respectivamente.

Dado que la dinámica económica de las ciudades de Silao y Guanajuato está directamente relacionada con León, lo que podemos observar en este periodo es el importante crecimiento de la participación de esta región posiblemente como una expansión del crecimiento de la ZML que viene presentando desde años atrás. Se trata del derrame del

crecimiento del sector terciario de la ZML sobre su área de influencia, en detrimento de las otras metrópolis del estado.

En el subperiodo de 1993 a 1998, si bien la concentración en León se mantiene muy alta, hay una pequeña caída de su participación a 46.7%. Esto se explica por la caída del subsector orientado al consumidor a 43.3%. Los movimientos en este periodo son pequeños y muy repartidos; no obstante, destaca una ligera desconcentración de los servicios orientados al consumidor hacia las demás ciudades de Guanajuato; al tiempo que se refuerza la importancia de la ZML en los servicios orientados al productor que continúan aumentando a 51.1% (cuadro III.2).

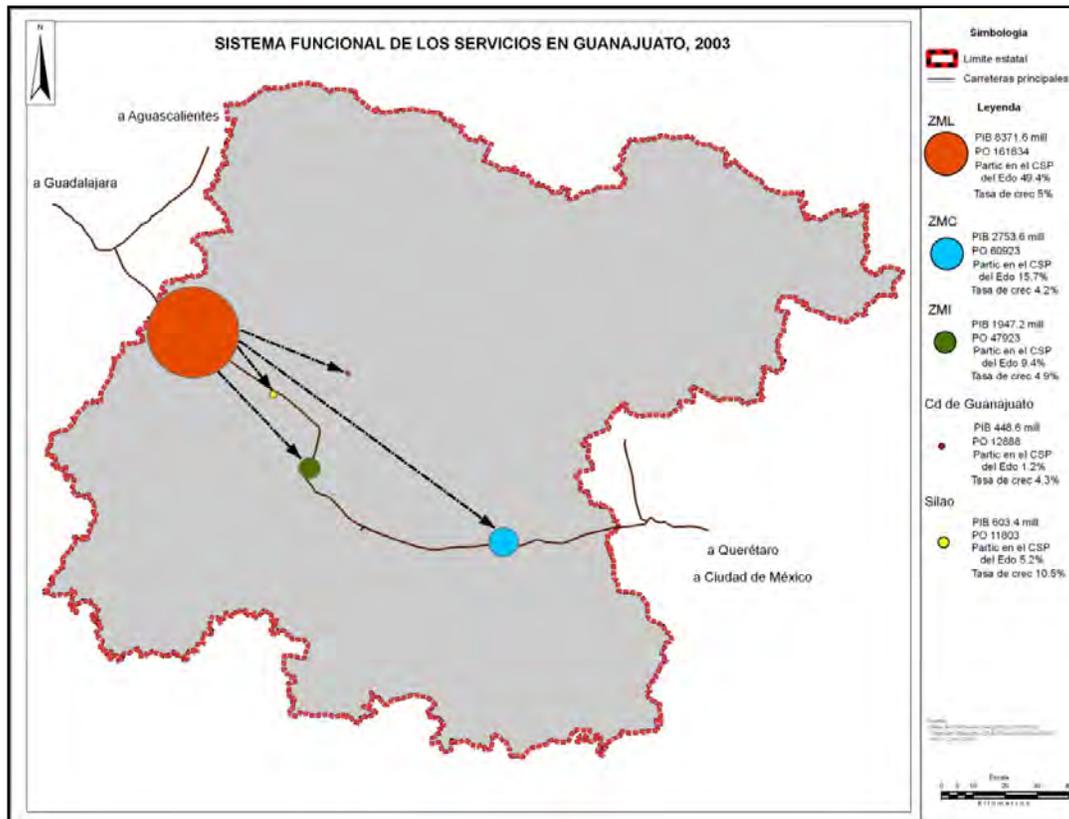
Finalmente, el subperiodo de 1998 a 2003 se puede considerar una continuación de la tenue desconcentración. El sector terciario de León continúa disminuyendo su participación hasta alcanzar el 46.1% de la actividad del estado, derivado de su menor participación en las actividades orientadas al productor a pesar del ligero aumento en las del consumidor (cuadro III.2). Podemos observar que la desconcentración en la ZML toma un carácter especial en este subperiodo, ya que Silao es la ciudad que está ganando gran importancia al aumentar su participación en el sector terciario a 3.3%, debido especialmente al sustancial aumento de su participación en el CSP a 5.2%, motivado en buena medida, por la operación desde 1994 de las plantas de ensamble, motores y estampado de la *General Motors (GM)* que así como el resto de la industria maquiladora en el país, transitaba años de auge en el marco de la implementación de las políticas neoliberales en México.

Si se considera todo el periodo de análisis, solamente Silao y la ZML observan un importante crecimiento de su participación en el sector, especialmente en las actividades dirigidas al productor. Así, si bien llama la atención el desempeño de Silao en el terciario guanajuatense, se trata más bien de una economía de enclave, ya que como consecuencia de las plantas de la *General Motors* que ahí se localizan, el 93.1% del PIB de la ciudad se genera en la industria manufacturera e inclusive, aporta más de la tercera parte del PIB manufacturero estatal (35.6%).¹⁶ Por lo tanto, es de suponer que el crecimiento de su participación en CSP tiene que ver con la generación de nuevos servicios a causa de los efectos multiplicativos de la *GM*. Mientras que León cuenta con una economía más

¹⁶ No obstante, dicha producción no es para el consumo regional, ni siquiera nacional ya que el 98% de su producción se exporta a Estados Unidos. En tanto, sus empresas proveedoras son: American Axle and Manufacturing; Autolog; Aventec; Continental Teves; Oxford Automotriz; Condumex; RIMSA; Lagermex; Siglo de origen estadounidense (www.correo-gto.com.mx).

diversificada, complementando con su oferta de CSP los requerimientos de Silao pero también satisfaciendo los del resto del estado.

Mapa III.1



En el mapa III.1 se puede observar la localización de las principales ciudades de la entidad, así como su tamaño según el PIB terciario que tuvieron en el 2003. León concentra casi la mitad del PIB terciario y del CSP estatal (46.1 y 49.4% respectivamente), lo que permite suponer que suministra de estas actividades al resto del estado, ya que la segunda que es Celaya apenas participa con 15.2%. Lo anterior parece estar en línea con el rango que tiene León en el sistema nacional de ciudades. El mismo es tres y es lógico pensar que su influencia alcanza a todo el estado de Guanajuato.

2.2 Concentración equivalente por personal ocupado

La concentración de la actividad terciaria en la ZML desde 1980, también ocurrió según el PO, aunque en magnitudes un poco menores. Para ese año, esta ciudad concentraba 31.9% del personal ocupado del estado, 40.3% del subsector orientado al productor y 30.6% del orientado al consumidor (cuadro III.3). Fue menor la participación de la ZMC y la ZMI y a su vez similar entre ellas, ya que concentraban cerca del 14% del sector, 17.6% del CSP y poco más del 13% del CSC. Mientras que la ciudad de Guanajuato y Silao absorbieron entre 2 y 3% cada uno tanto del sector como de los subsectores.

Cuadro III.3

PERSONAL OCUPADO DEL SECTOR SERVICIOS POR SUBSECTORES, 1980-2003					
<i>(Participación en la entidad)</i>					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
TOTAL DEL SECTOR SERVICIOS					
Zona Metropolitana de León	31,9	34,1	37,1	37,7	37,8
Zona Metropolitana de Celaya	14,0	17,5	16,7	15,9	14,2
Zona Metropolitana de Irapuato	14,2	12,3	11,4	10,9	11,2
Ciudad de Guanajuato	3,3	3,3	2,9	3,1	3,0
Ciudad de Silao	2,2	1,7	1,9	2,2	2,8
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR					
Zona Metropolitana de León	40,3	42,1	41,6	42,7	47,7
Zona Metropolitana de Celaya	17,6	23,0	25,1	20,3	14,4
Zona Metropolitana de Irapuato	17,6	12,9	11,2	11,6	10,4
Ciudad de Guanajuato	1,7	2,1	1,7	2,7	1,5
Ciudad de Silao	1,1	1,2	1,3	2,1	4,1
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR					
Zona Metropolitana de León	30,6	31,9	35,7	35,8	34,7
Zona Metropolitana de Celaya	13,5	16,0	14,1	14,2	14,1
Zona Metropolitana de Irapuato	13,7	12,1	11,4	10,6	11,4
Ciudad de Guanajuato	3,5	3,6	3,3	3,3	3,5
Ciudad de Silao	2,4	1,8	2,1	2,2	2,3

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 3, 6, 9, 12, 15 y 18 del apéndice estadístico

De las actividades orientadas al productor, el grupo servicios profesionales a empresas (721) y comercio de equipos e insumos industriales (732) son los que mayor concentración mantienen en la ZML respecto a la entidad, mientras que de las actividades orientadas al consumidor, la mayor concentración la tienen las tiendas de departamento

(832), educación y cultura privados (842) y, salud y asistencia social privadas (843). En cuanto a los dos primeros grupos, dicha concentración se podría explicar por la importante actividad industrial que tiene León y que demanda servicios al productor, mientras que los últimos tres, son actividades que requieren un mercado de clase media de cierta significación, que en un país subdesarrollado como México sólo existe en las grandes ciudades.

La concentración del PO en León, hacia 1988, era cada vez mayor: absorbía 34.1% del terciario guanajuatense, 42.1% de las actividades orientadas al productor y 31.9% de las orientadas al consumidor. Igualmente, Celaya también aumenta de manera significativa su participación alcanzando el 17.5% del sector, 23% del subsector orientado al productor y 16% del subsector orientado al consumidor. Por tanto, al igual que lo observado con el PIB, resalta en este subperiodo la gran concentración que se produce en las dos zonas metropolitanas más importantes en detrimento de las demás ciudades de la entidad. De esta suerte, tanto el PIB como el PO siguen la misma tendencia, aunque con diferentes magnitudes dadas las desigualdades en la productividad laboral según ciudades y grupos de comercio y servicios modernos y tradicionales.

El aumento de la participación de la ZML continúa en 1993, absorbiendo 37.1% del PO del terciario estatal. Asimismo, Silao empieza a experimentar un ligero crecimiento de su participación, alcanzando 1.9%. De acuerdo con el cuadro III.3, la explicación radica en la mayor participación que obtuvieron ambas ciudades en el subsector orientado al consumidor, pasando a 35.7 y 2.1% respectivamente. Por otro lado, es importante notar el incremento de la concentración de Celaya en CSP en detrimento de la ZML, pero como esto no sucede según PIB, se deriva que se trata de actividades tradicionales de baja productividad.

En el subperiodo de recesión con crisis, la tendencia creciente de la ZMC se revierte, y en 1998 su participación en el PO del sector baja a 15.9% impulsada por la caída en el subsector orientado al productor a 20.3%. Por su parte, León y Silao continúan con una creciente concentración del PO del estado, absorbiendo 37.7 y 2.2% respectivamente. En efecto, podemos identificar este subperiodo como la continuación de la expansión de la dinámica de la ZML y su articulación con Silao, pequeña ciudad que cuenta con el poderoso impulso de las plantas de General Motors.

En el último subperiodo de recesión moderada (entre 1998 y 2003), la tendencia básicamente se mantiene, aumentando la concentración en el anterior eje (la ZML absorbe

37.8% del PO de la entidad y Silao 2.8% en 2003), impulsada principalmente por la mayor concentración en los servicios al productor que aumenta a 47.7% y 4.1%, respectivamente.

Los subperiodos anteriores no son tan diferentes entre sí. Si bien, hasta 1988 se observa una polarización de la actividad terciaria, concentrándose en las dos mayores zonas metropolitanas; a partir de 1993, se observa la dinámica del eje León – Silao, comenzando por una creciente participación de las actividades orientadas al consumidor para continuar con las orientadas al productor. Por otro lado, hay que mencionar la pérdida continua de participación de la ZMI, especialmente en el subsector de CSP, explicada quizá por su cercanía a la ZML (aunque no tan directa como el caso de Silao), provocando el deterioro de la actividad de aquella ciudad.

3. PRODUCTIVIDAD Y ESPECIALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES CIUDADES

Atendiendo la relación entre el producto interno bruto (cuadros 5, 8, 11, 14 y 17 del apéndice estadístico) y el personal ocupado (cuadros 6, 9, 12, 15 y 18) de las actividades del sector terciario podemos obtener una aproximación de la productividad laboral de las mismas. Nos interesa analizar la tendencia que tuvo dicha productividad en las principales urbes del estado de Guanajuato y los diferenciales que presentan como una peculiaridad central para entender la organización del sector terciario en la entidad y, en el futuro, determinar su nivel de competitividad con otras ciudades del sistema urbano nacional. Asimismo, con el índice de especialización y retomando las conclusiones que hasta ahora hemos obtenido de los apartados anteriores, completar el análisis de la estructura terciaria.

Al igual que lo que sucedía en Coahuila y sus cuatro ciudades más grandes, las cuales presentaban la mayor productividad de dicha entidad (Dávila, en prensa); en Guanajuato, ésta se alcanzaba en la ZML en 1980, donde se producían 85 mil pesos por trabajador al año en el sector (cuadro III.4). Conforme la magnitud de la ciudad disminuía, la productividad también, es decir, el producto que se generaba por trabajador al año era menor en las ciudades más pequeñas (82 mil pesos por trabajador en la ZMC, 70 mil en la ZMI, 69 mil en la ciudad de Guanajuato y 45 mil en Silao), esto se debe a que si bien en las zonas metropolitanas más grandes el PO es mayor (el denominador en la relación de productividad), el PIB que genera (numerador), es proporcionalmente mayor al generado por el PO en las

ciudades más pequeñas. Asimismo, la mayor productividad en todas las ciudades se encontraba en el CSP, lo que se deriva de que las actividades orientadas a proporcionar servicios a las empresas tienen un porcentaje más elevado de empleados más calificados, mucho de ellos universitarios, además de que suelen tener mayores coeficientes capital-producto.

Cuadro III.4

PRODUCTIVIDAD DE LA MANO DE OBRA DEL SECTOR TERCIARIO POR SUBSECTORES, 1980 - 2003					
<i>PIB por trabajador en miles de pesos de 1993</i>					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
TOTAL DEL SECTOR SERVICIOS					
Zona Metropolitana de León	85	92	67	53	52
Zona Metropolitana de Celaya	82	72	49	43	45
Zona Metropolitana de Irapuato	70	67	47	43	41
Ciudad de Guanajuato	69	47	43	35	35
Ciudad de Silao	45	35	63	38	51
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR					
Zona Metropolitana de León	142	138	114	83	85
Zona Metropolitana de Celaya	153	122	71	63	89
Zona Metropolitana de Irapuato	138	82	75	56	74
Ciudad de Guanajuato	84	72	95	57	64
Ciudad de Silao	219	66	221	58	104
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR					
Zona Metropolitana de León	74	75	51	40	38
Zona Metropolitana de Celaya	67	52	38	33	32
Zona Metropolitana de Irapuato	56	62	39	38	32
Ciudad de Guanajuato	68	43	35	29	31
Ciudad de Silao	33	29	34	31	23

Fuente: cálculos realizados con los cuadros 5, 6, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17 y 18 del apéndice estadístico

De acuerdo al cuadro III.4, a lo largo del periodo destaca la tendencia decreciente de la productividad terciaria en todas las ciudades (a pesar de pequeños aumentos en algunos subperiodos), excepto Silao con un leve incremento de la misma. Lógicamente la productividad de los dos subsectores que conforman la actividad terciaria alcanza niveles muy inferiores en 2003 respecto al inicio del periodo. Esto implica que el crecimiento terciario ha ocurrido en actividades de baja productividad donde el aumento del PO supera al del PIB en el sector, probablemente como consecuencia de la insuficiente expansión del proceso productivo que ha tenido el país en todo el periodo analizado, por lo que la fuerza de trabajo se refugia en actividades de servicios tradicionales ante la ausencia de políticas económicas adecuadas que generen empleo en los sectores modernos de la economía.

Finalmente, se puede notar que a pesar de la tendencia decreciente de la productividad en los dos subsectores, en todas las ciudades, la productividad del CSP es mayor a la del CSC para todo el periodo. Es decir, el PIB generado por trabajador en el primero es proporcionalmente mayor que el generado en el último. En efecto, como señalamos en las secciones anteriores, el PO se encuentra empleado en una mayor proporción en el subsector orientado al consumidor, mientras que el PIB generado es casi el mismo en ambos subsectores.

Para finalizar el análisis del sector terciario en las principales ciudades de Guanajuato, podemos considerar el índice de especialización (IE) para cada una de las actividades que integran el sector.¹⁷ Lo que más resalta en las tres metrópolis y la capital de la entidad, es que el IE es menor que uno en el subsector orientado al productor; esto con algunas salvedades como es el caso de León en 1988 y Celaya en 1993 donde el IE es igual a uno; y en esta misma ciudad en 1988 donde el IE es 1.2 (cuadro III.5 a III.7). Es posible notar que si bien los índices de León y Celaya son muy similares, conforme más pequeña es la ciudad, menor es el IE; por tanto, es en Irapuato y en la ciudad de Guanajuato donde encontramos los valores más bajos. Lo anterior concuerda con algunas de las conclusiones a las que hemos llegado anteriormente, como la mayor importancia que ha ido adquiriendo el CSP cuanto más grande es la ciudad, concentrando éstas las actividades dirigidas al productor. En efecto, es lógico pensar que dada la poca relevancia que ha tenido la ciudad de Guanajuato en la actividad industrial del estado, que se ha trasladado a un escaso dinamismo de los servicios ofrecidos a los productores, tenga ahora índices de especialización considerablemente menores a uno en estos grupos; es decir, la participación que tienen estas actividades en el sector terciario de la ciudad es mucho menor a dicha participación en el ámbito nacional. En el sentido contrario, la ZML y la ZMC, donde las actividades del CSP se han venido concentrando (como lo refleja el cuadro III.2), tienen mayor especialización en este subsector, aunque no debemos olvidar que no se pueden considerar como especializadas pues el desempeño de estas actividades es menor a lo que sucede en el país.

¹⁷ Para la definición del índice de especialización ver la nota al pie 15 del capítulo II

Cuadro III.5

ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003										
Grupo	Zona metropolitana de León					Zona metropolitana de Celaya				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	0,7	1,0	0,9	0,9	0,9	0,7	1,2	1,0	0,9	0,9
1. Servicios profesionales	0,4	0,5	0,6	0,5	0,7	0,1	0,9	1,0	0,6	0,4
721 Servicios profesionales a empresas	0,4	0,5	0,6	0,5	0,7	0,1	0,9	1,0	0,6	0,4
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	0,8	1,3	1,2	1,3	1,2	1,1	1,3	1,0	1,2	1,5
731 Comercio al por mayor	0,3	1,0	0,9	1,0	0,9	0,5	1,9	1,1	2,0	2,2
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1,2	1,4	1,4	1,4	1,4	1,6	1,0	1,0	0,9	0,9
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1,2	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	0,9	1,0	1,1	1,1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,6	1,0	1,0	1,0	1,2
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	1,3	1,1	1,2	1,1	1,2	2,3	1,2	1,2	1,2	1,3
812 Supermercados	0,2	0,7	0,6	0,8	1,0	0,4	0,6	0,8	0,7	0,6
813 Gasolineras y combustibles	3,3	1,3	0,6	1,1	1,2	3,1	1,0	0,4	1,2	2,1
4. Servicios de consumo inmediato	0,7	0,6	0,7	1,2	0,6	0,5	0,6	0,7	0,8	0,7
821 Preparación de alimentos y bebidas	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	0,6	1,0
822 Aseo y limpieza	1,2	0,9	0,7	1,6	0,8	0,7	0,9	1,0	0,8	1,1
823 Recreación y esparcimiento	0,3	1,3	1,2	0,6	0,8	0,1	0,9	0,8	0,5	1,0
824 Difusión e información	0,9	0,7	0,7	2,3	0,2	0,3	0,4	0,4	0,9	0,2
825 Hoteles, moteles y posadas	0,9	0,3	0,5	0,7	0,4	0,3	0,3	0,5	1,1	0,4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1,7	1,1	1,4	1,1	1,3	1,5	0,8	1,0	1,4	1,3
831 Bienes del hogar y personales	1,4	1,2	1,4	1,1	1,2	1,4	1,0	1,1	1,0	1,2
832 Tiendas de departamento	1,4	1,1	0,8	1,4	1,8	0,3	0,1	0,3	0,8	1,7
833 Automotrices y autopartes	2,5	0,9	1,7	1,0	1,5	2,3	0,5	1,2	2,7	1,5
6. Servicios de consumo duradero	1,3	1,2	1,3	1,3	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1
841 Reparaciones	1,1	1,4	1,3	1,3	1,1	1,4	1,3	1,3	1,0	1,3
842 Educación y cultura privados	1,6	1,4	1,4	1,6	1,1	0,9	0,8	1,1	1,1	1,0
843 Salud y asistencia social privada	1,4	0,8	1,2	1,0	0,9	1,2	1,8	1,5	1,0	1,0

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 5, 8 y 19 del apéndice estadístico

Cuadro III.6

ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003										
Grupo	Zona metropolitana de Irapuato					Cd. Guanajuato				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8	0,2	0,5	0,6	0,7	0,4
1. Servicios profesionales	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,6	0,8	1,0	0,5
721 Servicios profesionales a empresas	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,6	0,8	1,0	0,5
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1,0	0,9	1,0	1,0	1,3	0,1	0,5	0,4	0,3	0,3
731 Comercio al por mayor	0,5	0,6	1,3	1,3	1,4	0,0	1,0	0,9	0,6	0,4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1,4	1,0	0,8	0,9	1,1	0,1	0,2	0,0	0,2	0,2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1,2	1,2	1,3	1,4	1,3	1,6	1,3	1,4	1,4	1,6
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1,3	1,1	1,5	1,1	1,3	1,1	1,1	1,4	1,7	2,1
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	0,9	0,8	1,8	1,4	1,5	0,8	1,5	1,9	2,1	2,1
812 Supermercados	2,0	2,0	1,1	0,8	1,0	1,8	0,5	0,4	1,4	2,6
813 Gasolineras y combustibles	0,7	0,2	0,7	0,8	1,2	*	0,8	1,2	1,1	1,1
4. Servicios de consumo inmediato	0,7	0,9	0,8	1,7	0,9	2,0	2,2	2,1	1,6	2,2
821 Preparación de alimentos y bebidas	0,7	0,7	0,9	0,9	1,2	1,4	1,7	1,6	1,7	2,1
822 Aseo y limpieza	0,7	1,1	1,4	1,6	1,4	0,6	1,4	1,5	1,5	1,4
823 Recreación y esparcimiento	0,5	2,5	1,5	1,2	2,2	0,1	1,1	0,2	0,5	0,4
824 Difusión e información	1,0	1,3	0,7	4,0	0,3	*	1,0	0,3	0,1	0,1
825 Hoteles, moteles y posadas	0,7	0,4	0,4	0,3	0,3	5,6	4,6	6,9	3,9	6,0
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4	2,0	1,1	1,3	1,0	1,4
831 Bienes del hogar y personales	1,2	1,2	1,4	1,3	1,5	2,8	1,2	1,4	1,2	1,4
832 Tiendas de departamento	1,6	1,4	0,7	0,5	2,3	0,0	0,2	0,0	0,0	1,1
833 Automotrices y autopartes	1,7	2,4	1,6	1,9	0,9	1,5	1,3	1,5	1,0	1,5
6. Servicios de consumo duradero	1,3	1,0	1,3	1,3	1,5	0,5	1,2	0,7	1,3	0,9
841 Reparaciones	1,5	0,9	1,5	1,4	1,3	0,4	1,2	0,9	2,0	0,9
842 Educación y cultura privados	0,8	0,8	1,0	1,1	1,5	0,2	1,5	0,5	1,1	0,9
843 Salud y asistencia social privada	1,3	1,5	1,5	1,3	1,5	0,8	1,0	0,7	0,7	0,8

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 11, 14 y 19 del apéndice estadístico

Cuadro III.7

ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

<i>Grupo</i>	Silao				
	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	0,7	0,7	1,1	0,7	1,4
1. Servicios profesionales	0,4	0,7	1,9	0,8	1,8
721 Servicios profesionales a empresas	0,4	0,7	1,9	0,8	1,8
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1,0	0,7	0,4	0,6	0,8
731 Comercio al por mayor	2,2	1,8	0,9	1,3	1,5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1,2	1,2	0,9	1,3	0,6
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	2,0	1,5	1,5	1,3	0,7
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	3,2	2,4	2,0	2,0	0,9
812 Supermercados	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4
813 Gasolineras y combustibles	0,0	0,6	2,2	0,9	0,8
4. Servicios de consumo inmediato	0,9	1,2	0,5	1,1	0,6
821 Preparación de alimentos y bebidas	0,7	1,7	0,9	1,5	0,5
822 Aseo y limpieza	0,6	2,3	0,9	0,6	1,7
823 Recreación y esparcimiento	0,2	0,4	0,2	0,3	0,3
824 Difusión e información	0,4	0,8	0,0	1,3	0,0
825 Hoteles, moteles y posadas	2,0	0,4	0,3	0,8	0,9
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1,0	0,9	0,8	1,1	0,7
831 Bienes del hogar y personales	1,7	1,1	0,8	1,2	0,8
832 Tiendas de departamento	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0
833 Automotrices y autopartes	0,0	0,7	0,9	1,3	0,7
6. Servicios de consumo duradero	0,9	1,5	0,8	2,1	0,4
841 Reparaciones	1,2	1,7	0,9	4,7	0,6
842 Educación y cultura privados	0,5	0,8	0,6	0,5	0,3
843 Salud y asistencia social privada	0,9	1,9	1,1	0,6	0,4

Fuente: cálculos realizados a partir de los cuadros 17 y 19 del apéndice estadístico

Asimismo, también vale la pena mencionar los índices tan bajos del grupo 721 en las tres zonas metropolitanas; mientras que, en León destaca el alto IE que alcanza el grupo 732 (1.4 en casi todo el periodo) y en Celaya el 731, que incluso es igual o mayor a 2 a partir de 1998 (cuadro III.5). En la ciudad de Guanajuato en cambio, como era de esperarse ninguno de los grupos en este subsector alcanza un buen desempeño.

Anteriormente, se encontró que la importancia que viene adquiriendo el CSP en las grandes ciudades venía de la mano de la mayor importancia de los servicios profesionales (721), por lo que se puede concluir que si bien este grupo está ganando cada vez más terreno dentro de la estructura terciaria en estas ciudades; el crecimiento que ha alcanzado en el ámbito nacional ha sido sustancialmente mayor, seguramente impulsado por el aún mejor desempeño de otras ciudades de la república, lo cual hace ver mermada la importancia del crecimiento de este grupo en las ciudades de Guanajuato.

Del otro lado, el IE del subsector de servicios orientados al consumidor en las cuatro ciudades ha sido mayor que uno para todo el periodo (excepto Celaya en 1988). Es decir, el desempeño de estas actividades dentro de la estructura terciaria de cada ciudad, ha sido mejor que su equivalente en el ámbito nacional. Hay que destacar que de las tres metrópolis, es Irapuato la de mayores índices en este subsector; e inclusive, la ciudad de Guanajuato que es la de menor tamaño de las que se han considerado, es la que tiene los mejores IE (1.6 en 1980, 1.3 en 1988, 1.4 en 1993 y 1998, y 1.6 en 2003). En esta última, la dinámica en general del subsector proviene del grupo 825 de hoteles, moteles y posadas (cuadro III.6), algo lógico para una ciudad con gran afluencia turística. Asimismo, se trata de la ciudad en la que como fue visto anteriormente, el CSC tenía las más altas participaciones (gráfico III.4), explicadas por ese mismo grupo.

En la ZML, la buena dinámica que presenta el IE del CSC, está generada por el comercio y los servicios de consumo duradero, entre los que se encuentran los grupos 831, 832, 833, 841 y 842 (cuadro III.5). Lo mismo sucede en la ZMC, en donde los grupos más importantes son el 833 y el 841; mientras que en la ZMI, resaltan los grupos 831, 833, 841 y 843. En general, vale la pena resaltar la coincidencia de estos resultados con los señalados en la estructura terciaria de cada ciudad. En las cuatro principales ciudades, se encontró que desde el punto de vista de la estructura, las actividades que se agrupan en el comercio de bienes de consumo duradero tenían una gran participación (a pesar de que en todos los

casos ha venido decreciendo); mientras que, desde el punto de vista del IE, son estas actividades las que encaminan el buen desempeño del CSC reflejado a través de los índices mayores a uno en los cuadros III.5 y III.6. En la ciudad de Guanajuato además, los altos IE se encuentran en los servicios de consumo inmediato dentro de los que están los hoteles, moteles y posadas que destacan también en su estructura terciaria

Finalmente, Silao no presenta una tendencia clara en ninguno de los dos subsectores donde tiene en algunas ocasiones IE mayores que uno en el CSP y menores que uno en el CSC (cuadro III.5). No obstante, los grupos que se pueden destacar, gracias a su índice alto y medianamente estable son el comercio al por mayor (731) y el comercio de alimentos, bebidas y tabaco (811), éste último además, con fuerte presencia en la estructura terciaria de Silao.

4. SÍNTESIS

Retomando lo visto en este capítulo se puede decir en primer lugar que, según el PIB si bien en 1980 no parecía haber una relación entre el tamaño de la ciudad y la concentración de actividades orientadas al productor en ellas, al final del periodo se evidencia nítidamente, en línea con la jerarquía de ciudades propuesta por Christaller, que cuanto más grande la ciudad, el comercio y servicios al productor observan una mayor representación en la estructura terciaria urbana, es decir, hay una clara tendencia hacia la especialización territorial de esas actividades.

Aunque la tendencia del PO acompaña lo ocurrido en PIB, esto sucedió hasta 1998 ya que en 2003 hay una caída del PO de dicho subsector. No obstante, en términos generales se aprecia que también según PO se empezó a generar un proceso de concentración de las actividades orientadas al productor en las ciudades más grandes del estado. En este sentido, la ZML presenta el mayor crecimiento del CSP y al final del periodo aparece una diferencia respecto a las siguientes ciudades en la jerarquía. Finalmente, con ambas variables se muestra que el principal componente del aumento del CSP ha sido el grupo de servicios profesionales a empresas en todas las urbes.

En el subperiodo entre 1981 y 1988 las mayores tasas de crecimiento por año, tanto del sector terciario como de sus subsectores las experimentaban la ZML y la ZMC, inclusive tasas mayores a las de la entidad. En el siguiente subperiodo (de 1989 a 1993), a pesar de la recuperación de la economía nacional, las tasas de las principales ciudades iban en picada, en tanto los municipios más pequeños efectivamente vivían esa recuperación con tasas en Silao y en la ciudad de Guanajuato mayores a las de León. Entre 1994 y 1998, junto con la crisis financiera que azota al país, León presenta las peores tasas de crecimiento de todo el periodo. Más aún, todas las ciudades empeoran su situación respecto al subperiodo anterior, desde las más grandes hasta las pequeñas con algunas excepciones como Celaya e Irapuato en el subsector de servicios al consumidor, lo que no habla más que de la inestabilidad económica que sostenía la entidad. Para el último subperiodo se encuentra la senda de crecimiento y las tasas anuales en todos los casos se recuperan de manera significativa (con excepciones como la ciudad de Guanajuato en el CSP y Silao en CSC) a pesar de que no consiguen las tasas de 1981. Evidentemente la recuperación económica del país se comenzaba a sentir en las ciudades de Guanajuato.

En cuanto a la localización de las actividades terciarias en las ciudades de Guanajuato, se pueden sacar en claro algunas tendencias. En primer lugar, según PIB y PO, en 1980 la concentración de la actividad terciaria ya se localizaba notoriamente en la ZML, siendo mayor en las actividades dirigidas al productor que en las dirigidas al consumidor, las cuales se reparten un poco más en todo el estado, lógicamente por la demanda de servicios básicos que requiere la población. Es entonces desde 1980 que se puede apreciar una localización de actividades como la propuesta por Christaller, en donde León que es la ciudad más grande de la entidad ofrece los servicios más especializados de la región y sólo ahí se pueden encontrar, en tanto que servicios más generales de consumo final están dispersos por todas las ciudades de Guanajuato.

Hacia 2003, esta tendencia se fortalece y en el CSP la ZML llega casi a la mitad del PIB y del PO del estado. Asimismo, resalta la evolución de Silao que según ambas variables triplica su participación en el CSP, reflejándose en el sector total. La presencia de las instalaciones de la *General Motors* es el argumento principal de dicho fenómeno pues es lo que básicamente ha guiado el crecimiento de este municipio en el marco de las políticas neoliberales que se comenzaban a ejecutar en el país y de las facilidades para la industria

maquiladora como ésta. Finalmente, Celaya aumenta ligeramente su participación en la PO estatal, mientras que las demás ciudades, aunque con algunas oscilaciones, pierden participación del PIB terciario.

Por tanto, si bien no hay que dejar de lado la especial trayectoria de Silao como ciudad de menor rango en la jerarquía del estado, lo que vale la pena resaltar es el funcionamiento de dicha jerarquía en cuanto al tipo de servicios prestados y como se justifica la teoría del lugar central en Guanajuato.

Respecto al último punto tocado en este capítulo, en todas las ciudades la productividad tanto del sector como de sus dos subsectores, fue decreciente durante el periodo de estudio. Cabe destacar que a pesar de lo anterior, la productividad del comercio y servicios al productor ha sido mayor a la del comercio y servicios al consumidor, inclusive en las ciudades pequeñas donde la presencia del primero no es de relevante magnitud. La productividad alcanzada por Silao, especialmente en CSP, confirma la fuerza que ha adquirido éste subsector en la estructura terciaria de la ciudad.

En cuanto a los IE, sobresale su valor menor que uno para el CSP en la mayoría de los casos; y mayor que uno para el CSC, lo cual implica que más allá de la importancia que vengán adquiriendo las actividades dirigidas al productor, especialmente en las grandes ciudades, esta no ha sido tal que el desempeño de dichas actividades en estas ciudades sea mejor que el desempeño de las mismas en el ámbito nacional. Finalmente, los mayores índices en el CSC se encontraron en las ciudades más pequeñas (exceptuando una vez más el diferente comportamiento de Silao). Efectivamente, la ciudad de Guanajuato e Irapuato son los que más especializadas están en los servicios dirigidos al consumidor.

CONCLUSIONES

Lo primero que hay que resaltar es que así como el sector terciario es el más importante de la economía en México, con una participación del 49.2% de la población económicamente activa (PEA) en el 2000 y del 67.5% del producto interno bruto (PIB) en el 2006, Guanajuato también presenta muestras claras de la servicialización de su economía. Entre 1980 y 2003, la entidad tuvo una creciente concentración en las actividades terciarias según la PEA, ganando ocho unidades porcentuales (UP); mientras que según PIB ésta fue muy alta aunque prácticamente constante en los 23 años comprendidos (pasando de 58.4% en 1980 a 57.9% en 2006). En cambio, sobresale la mayor participación que ha adquirido el PIB del sector secundario estatal, subiendo casi 10 UP entre 1980 y 2006, de las cuales 8.5 fueron ganadas por la industria manufacturera.

En efecto, la PEA del sector secundario en León tenía casi la misma magnitud que la del terciario en 2000. Mientras tanto, en Celaya e Irapuato la preponderancia del último era notoria ya que alcanzó 53.6 y 51.9% de estas ciudades respectivamente. Por tanto, de acuerdo con lo anterior es posible verificar que a pesar de la importancia que ha adquirido en los últimos años la manufactura en la entidad, más de la mitad de su PIB es generado por actividades terciarias lo que permite hablar de una servicialización de la economía guanajuatense.

Respecto a este punto hay que notar por último, que si bien la participación de la entidad en la economía nacional se ha mantenido estable entre 1980 y 2006 (alrededor de 3.2%) se constató que a partir de 1988 es el subsector de servicios al consumidor del estado el que viene creciendo en el país, al tiempo que los servicios al productor se mantienen constantes.¹⁸

En segundo lugar, en cuanto a la estructura del terciario en la entidad, mientras que la mayor participación del sector la tienen las actividades dirigidas al consumidor (CSC) tanto en

¹⁸ Si bien esta aseveración se puede hacer desde 1980, la fuente de la cual obtenemos la información es el VIII censo económico que no cuenta con un buen grado de confiabilidad, por lo es preferible contemplar a partir de 1988.

términos de PIB como en PO, la participación de las actividades orientadas al productor (CSP) ha venido creciendo según se desprende de sus mayores tasas de crecimiento en todo el periodo.

En tercer lugar, comparado con la dinámica del sector en el ámbito nacional, parecería ser que la actividad estatal demora mucho más en recuperarse de las crisis que azotan al país, evidenciando además una estructura diferente y sectorialmente más diversificada dada su mayor importancia industrial. En esta línea, pudimos observar que según el índice de especialización (IE), la entidad se especializa únicamente en el subsector de CSC; no obstante, sólo es posible hablar de tres grupos que sobresalen durante todo el periodo (732, 811, 833 y 841), aunque se trate de una especialización moderada, ya que sus índices son apenas superiores a uno.

Respecto a la estructura terciaria en las principales ciudades de la entidad, se puede decir en primer lugar que, según el PIB, si bien en 1980 no parecía haber una relación entre el tamaño de la ciudad y la participación de las actividades orientadas al productor en su estructura, al final del periodo se evidencia nítidamente, en línea con la jerarquía de ciudades propuesta por Christaller, que cuanto más grande la urbe, mayor proporción de PIB se genera en este subsector. Es decir, hay una clara tendencia hacia la especialización territorial de estas actividades.

En efecto, la jerarquía de ciudades de Guanajuato es encabezada por la zona metropolitana de León (ZML) donde en 2003 el CSP producía 48.2% del PIB terciario de la ciudad, la segunda urbe es Celaya con 46.4% de CSP en el mismo año; la tercera Irapuato cuyo CSP era de 39.2% y más abajo la ciudad de Guanajuato con 21.8% de CSP en su estructura. Además, de continuar el crecimiento de este subsector y por ende la disminución del CSC, es muy probable que el censo económico que se presente en 2009 arroje una igualdad en la participación de ambos al menos en León, o quizá hasta una mayoría del CSP.

Aunque la tendencia de la estructura según PO acompaña lo ocurrido en PIB, esto sucedió hasta 1998 ya que en 2003 hay una caída del subsector orientado al productor. No obstante, en términos generales se aprecia que también según PO se generó un proceso de especialización de las actividades orientadas al productor mayor cuanto más alta se encuentra la ciudad en la jerarquía de ciudades del estado. En 2003, el 29.4% del PO terciario de León se encontraba en el CSP, en Celaya era 23.7%, en Irapuato 21.6% y en la ciudad de Guanajuato 11.8%. Finalmente, de acuerdo con ambas variables se muestra la importancia

del grupo de comercio de equipos e insumos industriales a pesar de que el mayor crecimiento de participación lo tuvo el grupo de servicios profesionales a empresas.

Mediante el análisis de las tasas de crecimiento del PIB de las ciudades, se presentaron en León conclusiones muy similares a las ya mencionadas para Guanajuato, en el sentido de que hasta 1998 dichas tasas empeoran. Es lógico este resultado dado que se trata de la ciudad que cuenta con la mayor participación de la economía guanajuatense. En cambio en la ciudad de Guanajuato y Silao entre 1989 y 1993, sus mejores tasas en el CSC se reflejaron en el terciario de estas ciudades; lo mismo que Celaya e Irapuato entre 1994 y 1998.

Es para el último subperiodo (de 1999 a 2003) que se encuentra la senda de crecimiento, y las tasas anuales en todos los casos se recuperan de manera significativa (con excepciones como la ciudad de Guanajuato en el CSP y Silao en CSC) a pesar de que no consiguen las tasas de 1981. Evidentemente la recuperación económica del país se comenzaba a sentir en las urbes de Guanajuato.

Respecto a la distribución geográfica de las actividades terciarias entre las ciudades de Guanajuato, se encontraron algunas tendencias claras. En primer lugar, ya en 1980 se apreciaba una gran concentración en la ZML, 41.4% del PIB terciario estatal y 31.9% del PO eran leoneses; siendo mayor en las actividades dirigidas al productor que en las dirigidas al consumidor. Seguida de Celaya, luego Irapuato y finalmente la ciudad de Guanajuato, respetando una vez más la jerarquía de ciudades.

Si bien el CSC también mostró un grado significativo de concentración en la primera ciudad de la entidad en 1980, fue menor que lo ocurrido con el CSP, lo que habla de una mejor repartición en todas las ciudades dado que se trata de servicios más generales de consumo final, tal como señala Christaller, que sucedería con los servicios menos especializados localizándose en todas las ciudades, inclusive las de menor orden.

Según PIB, en 1993 León alcanza su máxima concentración de actividades terciarias y a partir de entonces el movimiento es en sentido contrario. Ese punto de inflexión no se observó en términos de PO. De cualquier manera, considerando el periodo completo (de 1980 a 2003) su participación en el terciario estatal aumentó casi 5 UP en PIB y 6 en PO.

Al final del periodo resaltó la mayor concentración de actividades no sólo de CSP como señala la teoría de Christaller, sino también de CSC en León lo que puede deberse al mayor grado de urbanización que fue adquiriendo el estado en este periodo. La población de León pasó de 24.8% de la del estado en 1980, a 29.4% en 2005.

Por otro lado, también fue de llamar la atención que según PIB, tanto en el CSC estatal como en el CSP, sólo Silao aumentó su participación además de León. Lo mismo ocurría de acuerdo con PO, con excepción de Celaya en CSC. Según ambas variables, Silao triplicó su participación en los servicios al productor, reflejándose en el total de servicios. Es de suponer que la instalación de las plantas de la *General Motors* es el argumento principal de dicho fenómeno, además de que Silao es parte de la zona de influencia de la ZML lo que le transmite cierto dinamismo.

Del breve análisis de la productividad del trabajo sobresalieron tres aspectos significativos. Primero, que a lo largo del periodo los mayores niveles de productividad se ubicaron en las ciudades más grandes. Segundo, la tendencia decreciente tanto de la productividad sectorial como de los dos subsectores hasta 1998 en todas las ciudades (con algunas excepciones como Silao en 1993 que ve un gran aumento de su productividad en CSP). Si bien en 2003 hay un aumento de éste indicador en el CSP de todas las ciudades, no se alcanzan los niveles de 1980, por lo que considerando el periodo completo hay una disminución de la productividad en todas ellas.

Tercero, los mayores niveles se encontraron generalmente en el subsector orientado al productor. Si bien es cierto que se ha producido un traslado de mano de obra desde el subsector orientado al consumidor hacia el orientado al productor como se demostró al analizar la estructura terciaria en cada lugar, la mayor parte de la misma continúa empleada en el CSC por lo que no es posible hablar de un proceso de servicialización con las mismas características que la ocurrida en los países desarrollados en las décadas anteriores. El primero y tercero de estos tres aspectos muestran como las grandes ciudades albergan en mayor proporción las actividades con más alta productividad. Finalmente, en este sentido vale la pena mencionar una vez más el comportamiento de Silao ya que supera con creces en 2003 el nivel alcanzado en CSP por León inclusive.

Para redondear el análisis de las ciudades se recurrió a los índices de especialización (IE) con el fin de analizarlas en términos comparativos a lo que sucede en la economía nacional. En este sentido, sobresa el valor menor que uno del IE para el CSP en la mayoría de las ciudades y mayor que uno para el CSC. Lo anterior implica que más allá de la importancia que vengán adquiriendo las actividades dirigidas al productor, especialmente en las grandes ciudades, ésta no ha sido mayor a la ocurrida en el ámbito nacional. Es decir, el

terciario mexicano se ha transformado más hacia comercio y servicios al productor que lo que se ha transformado el guanajuatense.

Lo contrario sucede con el CSC, en donde los mayores niveles se alcanzaron en las ciudades más pequeñas (descartando la irregularidad de Silao). Lo que significa que los lugares medianos o bajos en la jerarquía de ciudades no sólo del estado de Guanajuato sino probablemente de México, se han volcado al comercio y servicios al consumidor en mayor proporción que el país.

Por tanto, como conclusión general se puede decir primero, que efectivamente el estado de Guanajuato vive una terciarización de su economía, no obstante la importancia que ha tenido su industria a partir de la implantación del modelo económico neoliberal. Segundo, que en la entidad han venido adquiriendo gran relevancia los servicios al productor pero más aún en los principales lugares de su jerarquía de ciudades lo que confirma que efectivamente, según se vio en la teoría de Christaller, los servicios más especializados se concentran en las ciudades de mayor rango dentro de esta jerarquía. Por último, que a pesar del crecimiento de este subsector de la economía, la mayor cantidad de mano de obra se encuentra en los servicios y las actividades comerciales dirigidos al consumidor, lo que permite confirmar que la terciarización de Guanajuato se caracteriza por el fortalecimiento de actividades de baja productividad.

APÉNDICE METODOLÓGICO

En el trabajo de Garza (2008), el autor propone una metodología para homologar las actividades del sector terciario que se encuentran incluidas en los censos comerciales y de servicios publicados por INEGI entre 1980 y 2003, de manera que las haga comparables para su análisis a través del tiempo. Cabe señalar que se excluyen del estudio los servicios financieros y bancarios, así como los servicios sociales, por ser imposible su comparabilidad intercensal. Agrupó en 17 tipos de comercio y servicios las actividades, las cuales se clasificaron en dos grandes divisiones, desagregadas en 6 subdivisiones (cuadro 1). Esta reclasificación está basada en el destino de los servicios, esto es, los que se dirigen a los consumidores y los que se dirigen a los productores. Cabe aclarar, que los dígitos con los que se les ha identificado no corresponden a ningún censo, sino que se definieron a efectos del trabajo mencionado.

Con la información del cuadro 1 es posible tener una estructura de las actividades terciarias homogénea para todo el periodo que interesa estudiar. La metodología de la comparación censal se presenta en el *apéndice metodológico 1* de Garza (2008), así como también una descripción del tipo de actividades económicas de cada censo, que se incluyen en los 17 grupos. De esta manera, el primer paso fue recabar la información correspondiente al producto interno bruto (PIB) y el personal ocupado (PO) de los censos comerciales y de servicios, para el estado de Guanajuato y para los municipios que conforman las ciudades que son objeto de estudio; y agrupar las actividades en cada uno según los 17 grupos del cuadro 1.

Cuadro 1

CLASIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS Y COMERCIO	
<i>Grupo</i>	
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	
1. Servicios profesionales	
	721 Servicios profesionales a empresas
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	
	731 Comercio al por mayor
	732 Comercio de equipos e insumos industriales
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	
	811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco
	812 Supermercados
	813 Gasolineras y combustibles
4. Servicios de consumo inmediato	
	821 Preparación de alimentos y bebidas
	822 Aseo y limpieza
	823 Recreación y esparcimiento
	824 Difusión e información
	825 Hoteles, moteles y posadas
5. Comercio de bienes de consumo duradero	
	831 Bienes del hogar y personales
	832 Tiendas de departamento
	833 Automotrices y autopartes
6. Servicios de consumo duradero	
	841 Reparaciones
	842 Educación y cultura privados
	843 Salud y asistencia social privada
TOTAL	

Fuente: Garza, 2008

De acuerdo con Garza (2008), al comparar el PIB en comercio y servicios de las cuentas nacionales (CN) con el de los censos económicos (CE) se observan notables diferencias que hacen inviable el análisis cronológico utilizando únicamente la información de estos últimos. El autor sugiere que es justificado reestimar los datos censales utilizando los valores de las CN, ya que el aumento del PIB terciario de los censos no concuerda con las periodizaciones existentes del desarrollo económico del país; además, las CN contabilizan con mayor precisión las magnitudes macroeconómicas, pues incluyen el comercio informal, mientras que los CE solo presentan los datos correspondientes a las actividades mercantiles privadas en negocios establecidos. El ajuste propuesto en este sentido se detalla en el

apéndice metodológico 2 de Garza (2008), y de acuerdo con ello el segundo paso de esta investigación fue ajustar los datos de los CE a los de las CN de la siguiente manera:

1. Con los valores de PIB de los CE, se calculó la participación del estado y de cada municipio a precios corrientes con respecto al valor nacional de cada grupo de actividades
2. Tales participaciones se multiplicaron por los valores de CN de los 17 grupos para el país. Estos últimos están a precios de 1993 por lo que con este ajuste logramos además obtener la estructura terciaria para 1980, 1988, 1993, 1998 y 2003 a precios de 1993.¹

Los cuadros finales son los valores absolutos de los 17 grupos con la estructura y participación censal, pero con el valor de las CN para cada año. En este punto cabe aclarar que este ajuste se realizó únicamente para el PIB ya que el personal ocupado está registrado en unidades físicas.

Previo al segundo paso, el censo de 1980 presentó algunas dificultades, estas fueron valores de PIB negativos en algunos municipios. Esto es estadísticamente posible si se tratara de establecimientos individuales que sean unidades auxiliares o que transfieran sus productos dentro de un negocio más amplio, pero en nuestro caso no es posible por tratarse de valores agregados municipales. Dependiendo de la variable de la que proviniera el valor negativo del PIB, fue el ajuste que se hizo.

- a) Si se trataba de *insumos* muy altos se aplicó la proporción *insumos / valor bruto de la producción (VBP)* (para el grupo y el municipio en donde se encontró el PIB negativo) del censo de 1988, al *VBP* de 1980, obteniendo un nuevo valor de *insumos* para este año y por tanto un PIB más adecuado del grupo y municipio en cuestión.
- b) Si se trataba de un *VBP* muy bajo, se aplicó la relación *VBP / insumos* de 1988 a los *insumos* de 1980, resultando así un nuevo *VBP* que se reflejaría en un PIB positivo y más adecuado a la realidad económica de ese caso

En este sentido, también es importante aclarar que los datos agregados de Guanajuato en 1980 no son los de los censos sino la suma de los 46 municipios con los ajustes que se haya hecho en cada uno de estos. En efecto, dados los problemas que se encontraron en este censo como por ejemplo, el PIB de uno de los municipios mayor al de Guanajuato para algún

¹ Los valores nacionales de PIB según CN de los 17 grupos del sector servicios se pueden consultar en los cuadros AE-V.9, AE-V.13, AE-V.17, AE-V.21 y AE-V.25 de Garza (2008).

grupo, se revisó cuidadosamente no sólo los nueve municipios objeto de esta investigación sino los 46 que constituyen el estado. Una vez hechas las adecuaciones a todos los municipios, se llegó a los valores estatales para los 17 grupos

APÉNDICE ESTADÍSTICO
Cuadro 2

GUANAJUATO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos
(en miles de pesos de 1993)

<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1 508 005	3 910 611	5 481 415	6 131 633	8 161 217
1. Servicios profesionales	275 659	913 150	1 967 853	1 840 769	3 127 170
721 Servicios profesionales a empresas	275 659	913 150	1 967 853	1 840 769	3 127 170
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 232 346	2 997 461	3 513 562	4 290 864	5 034 047
731 Comercio al por mayor	220 128	1 069 409	1 331 345	1 520 611	2 396 539
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 012 217	1 928 052	2 182 217	2 770 253	2 637 508
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	4 134 845	6 707 316	7 426 788	7 889 468	9 997 697
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 017 667	2 183 586	1 869 562	1 924 927	2 782 989
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	755 365	1 432 743	1 393 614	1 189 615	1 499 083
812 Supermercados	182 371	466 514	340 313	490 883	638 267
813 Gasolineras y combustibles	79 931	284 330	135 635	244 429	645 639
4. Servicios de consumo inmediato	871 257	923 814	1 204 521	1 747 218	1 417 179
821 Preparación de alimentos y bebidas	218 337	430 310	583 394	458 614	726 991
822 Aseo y limpieza	77 337	93 825	116 577	121 704	194 155
823 Recreación y esparcimiento	168 565	90 853	100 955	65 115	139 608
824 Difusión e información	114 221	173 035	217 640	851 317	108 391
825 Hoteles, moteles y posadas	292 796	135 791	185 955	250 467	248 034
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 743 257	2 751 943	3 024 569	2 931 351	4 012 345
831 Bienes del hogar y personales	936 318	2 108 212	2 172 045	2 133 072	2 812 347
832 Tiendas de departamento	176 957	122 141	115 118	152 173	354 497
833 Automotrices y autopartes	629 982	521 589	737 405	646 106	845 500
6. Servicios de consumo duradero	502 664	847 973	1 328 136	1 285 972	1 785 184
841 Reparaciones	222 829	387 451	445 009	516 369	432 587
842 Educación y cultura privados	113 963	249 675	535 167	521 564	943 023
843 Salud y asistencia social privada	165 871	210 847	347 960	248 039	409 574
TOTAL	5 642 849	10 617 927	12 908 203	14 021 101	18 158 914

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 3

GUANAJUATO: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	11 408	33 240	58 188	88 665	99 863
1. Servicios profesionales	2 879	13 828	29 636	45 481	54 343
721 Servicios profesionales a empresas	2 879	13 828	29 636	45 481	54 343
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	8 529	19 412	28 552	43 184	45 520
731 Comercio al por mayor	2 204	7 260	11 295	15 771	19 481
732 Comercio de equipos e insumos industriales	6 325	12 152	17 257	27 413	26 039
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	74 657	118 716	189 571	237 290	328 810
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	29 235	36 360	62 539	68 666	95 114
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	27 373	32 169	56 997	59 746	74 877
812 Supermercados	1 406	3 272	4 274	6 476	11 067
813 Gasolineras y combustibles	456	919	1 268	2 444	9 170
4. Servicios de consumo inmediato	13 404	21 912	34 702	46 703	62 169
821 Preparación de alimentos y bebidas	6 909	11 635	20 752	27 801	36 946
822 Aseo y limpieza	1 644	2 778	4 581	6 333	11 119
823 Recreación y esparcimiento	877	1 857	2 906	3 399	5 462
824 Difusión e información	976	1 803	1 976	2 258	1 703
825 Hoteles, moteles y posadas	2 998	3 839	4 487	6 912	6 939
5. Comercio de bienes de consumo duradero	19 884	36 341	55 787	69 702	104 225
831 Bienes del hogar y personales	16 404	31 653	48 722	60 505	89 635
832 Tiendas de departamento	955	1 080	1 459	2 509	4 378
833 Automotrices y autopartes	2 525	3 608	5 606	6 688	10 212
6. Servicios de consumo duradero	12 134	24 103	36 543	52 219	67 302
841 Reparaciones	4 990	10 457	16 280	20 317	22 998
842 Educación y cultura privados	3 878	6 470	10 923	16 254	28 004
843 Salud y asistencia social privada	3 266	7 176	9 340	15 648	16 300
TOTAL	86 065	151 956	247 759	325 955	428 673

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 4

GUANAJUATO: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

(porcentajes verticales)

Grupo	Producto interno bruto					Personal ocupado				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	26,7	36,8	42,5	43,7	44,9	13,3	21,9	23,5	27,2	23,3
1. Servicios profesionales	4,9	8,6	15,2	13,1	17,2	3,3	9,1	12,0	14,0	12,7
721 Servicios profesionales a empresas	4,9	8,6	15,2	13,1	17,2	3,3	9,1	12,0	14,0	12,7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	21,8	28,2	27,2	30,6	27,7	9,9	12,8	11,5	13,2	10,6
731 Comercio al por mayor	3,9	10,1	10,3	10,8	13,2	2,6	4,8	4,6	4,8	4,5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	17,9	18,2	16,9	19,8	14,5	7,3	8,0	7,0	8,4	6,1
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	73,3	63,2	57,5	56,3	55,1	86,7	78,1	76,5	72,8	76,7
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	18,0	20,6	14,5	13,7	15,3	34,0	23,9	25,2	21,1	22,2
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	13,4	13,5	10,8	8,5	8,3	31,8	21,2	23,0	18,3	17,5
812 Supermercados	3,2	4,4	2,6	3,5	3,5	1,6	2,2	1,7	2,0	2,6
813 Gasolineras y combustibles	1,4	2,7	1,1	1,7	3,6	0,5	0,6	0,5	0,7	2,1
4. Servicios de consumo inmediato	15,4	8,7	9,3	12,5	7,8	15,6	14,4	14,0	14,3	14,5
821 Preparación de alimentos y bebidas	3,9	4,1	4,5	3,3	4,0	8,0	7,7	8,4	8,5	8,6
822 Aseo y limpieza	1,4	0,9	0,9	0,9	1,1	1,9	1,8	1,8	1,9	2,6
823 Recreación y esparcimiento	3,0	0,9	0,8	0,5	0,8	1,0	1,2	1,2	1,0	1,3
824 Difusión e información	2,0	1,6	1,7	6,1	0,6	1,1	1,2	0,8	0,7	0,4
825 Hoteles, moteles y posadas	5,2	1,3	1,4	1,8	1,4	3,5	2,5	1,8	2,1	1,6
5. Comercio de bienes de consumo duradero	30,9	25,9	23,4	20,9	22,1	23,1	23,9	22,5	21,4	24,3
831 Bienes del hogar y personales	16,6	19,9	16,8	15,2	15,5	19,1	20,8	19,7	18,6	20,9
832 Tiendas de departamento	3,1	1,2	0,9	1,1	2,0	1,1	0,7	0,6	0,8	1,0
833 Automotrices y autopartes	11,2	4,9	5,7	4,6	4,7	2,9	2,4	2,3	2,1	2,4
6. Servicios de consumo duradero	8,9	8,0	10,3	9,2	9,8	14,1	15,9	14,7	16,0	15,7
841 Reparaciones	3,9	3,6	3,4	3,7	2,4	5,8	6,9	6,6	6,2	5,4
842 Educación y cultura privados	2,0	2,4	4,1	3,7	5,2	4,5	4,3	4,4	5,0	6,5
843 Salud y asistencia social privada	2,9	2,0	2,7	1,8	2,3	3,8	4,7	3,8	4,8	3,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros I y II del apéndice estadístico

Cuadro 5

ZONA METROPOLITANA DE LEÓN: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos					
(en miles de pesos de 1993)					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	653 791	1 935 338	2 757 516	3 135 100	4 032 648
1. Servicios profesionales	157 976	328 985	835 457	802 092	1 758 418
721 Servicios profesionales a empresas	157 976	328 985	835 457	802 092	1 758 418
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	495 815	1 606 354	1 922 059	2 333 009	2 274 229
731 Comercio al por mayor	77 322	436 401	572 137	601 957	708 819
732 Comercio de equipos e insumos industriales	418 493	1 169 953	1 349 922	1 731 052	1 565 410
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 681 877	2 825 361	3 434 549	3 416 506	4 338 982
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	308 226	850 125	712 334	758 681	1 139 799
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	232 277	522 566	532 137	408 444	563 102
812 Supermercados	25 775	199 455	140 592	244 790	334 008
813 Gasolineras y combustibles	50 173	128 104	39 605	105 447	242 688
4. Servicios de consumo inmediato	267 254	342 243	530 758	817 089	523 092
821 Preparación de alimentos y bebidas	68 509	145 043	224 673	180 103	276 148
822 Aseo y limpieza	40 124	38 887	44 429	68 819	66 360
823 Recreación y esparcimiento	17 739	42 160	59 162	29 627	54 936
824 Difusión e información	58 185	74 448	130 635	439 726	49 381
825 Hoteles, moteles y posadas	82 699	41 704	71 858	98 814	76 268
5. Comercio de bienes de consumo duradero	871 501	1 232 546	1 499 402	1 184 471	1 856 597
831 Bienes del hogar y personales	398 188	922 979	1 043 117	840 045	1 163 707
832 Tiendas de departamento	113 199	85 679	89 672	117 089	215 171
833 Automotrices y autopartes	360 114	223 888	366 612	227 336	477 719
6. Servicios de consumo duradero	234 896	400 446	692 056	656 265	819 494
841 Reparaciones	87 784	188 126	214 648	234 294	182 442
842 Educación y cultura privados	70 292	150 454	324 836	312 038	477 097
843 Salud y asistencia social privada	76 821	61 866	152 571	109 933	159 955
TOTAL	2 335 668	4 760 699	6 192 065	6 551 606	8 371 630

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 6

ZONA METROPOLITANA DE LEÓN: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	4 595	14 009	24 234	37 873	47 628
1. Servicios profesionales	1 272	5 776	11 674	17 200	27 860
721 Servicios profesionales a empresas	1 272	5 776	11 674	17 200	27 860
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	3 323	8 233	12 560	20 673	19 768
731 Comercio al por mayor	634	2 222	3 772	5 568	6 143
732 Comercio de equipos e insumos industriales	2 689	6 011	8 788	15 105	13 625
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	22 868	37 877	67 725	84 874	114 206
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	6 984	10 184	19 139	21 601	29 875
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	6 216	8 686	17 116	18 057	21 748
812 Supermercados	630	1 233	1 672	2 574	4 940
813 Gasolineras y combustibles	138	265	351	970	3 187
4. Servicios de consumo inmediato	3 847	6 605	12 101	17 457	21 371
821 Preparación de alimentos y bebidas	1 923	3 108	6 841	9 844	12 804
822 Aseo y limpieza	536	939	1 663	2 266	3 912
823 Recreación y esparcimiento	259	836	1 353	1 380	1 857
824 Difusión e información	332	482	767	766	571
825 Hoteles, moteles y posadas	797	1 240	1 477	3 201	2 227
5. Comercio de bienes de consumo duradero	7 056	12 975	21 683	25 557	36 083
831 Bienes del hogar y personales	5 548	10 811	18 491	21 193	29 419
832 Tiendas de departamento	517	800	1 071	1 830	2 199
833 Automotrices y autopartes	991	1 364	2 121	2 534	4 465
6. Servicios de consumo duradero	4 981	8 113	14 802	20 259	26 877
841 Reparaciones	1 638	3 693	6 029	7 457	8 253
842 Educación y cultura privados	1 836	2 955	5 446	7 513	12 786
843 Salud y asistencia social privada	1 507	1 465	3 327	5 289	5 838
TOTAL	27 463	51 886	91 959	122 747	161 834

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México
 La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 7

ZONA METROPOLITANA DE LEÓN: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003										
<i>(porcentajes verticales)</i>										
<i>Grupo</i>	<i>Producto interno bruto</i>					<i>Personal ocupado</i>				
	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	28,0	40,7	44,5	47,9	48,2	16,7	27,0	26,4	30,9	29,4
1. Servicios profesionales	6,8	6,9	13,5	12,2	21,0	4,6	11,1	12,7	14,0	17,2
721 Servicios profesionales a empresas	6,8	6,9	13,5	12,2	21,0	4,6	11,1	12,7	14,0	17,2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	21,2	33,7	31,0	35,6	27,2	12,1	15,9	13,7	16,8	12,2
731 Comercio al por mayor	3,3	9,2	9,2	9,2	8,5	2,3	4,3	4,1	4,5	3,8
732 Comercio de equipos e insumos industriales	17,9	24,6	21,8	26,4	18,7	9,8	11,6	9,6	12,3	8,4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	72,0	59,3	55,5	52,1	51,8	83,3	73,0	73,6	69,1	70,6
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	13,2	17,9	11,5	11,6	13,6	25,4	19,6	20,8	17,6	18,5
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	9,9	11,0	8,6	6,2	6,7	22,6	16,7	18,6	14,7	13,4
812 Supermercados	1,1	4,2	2,3	3,7	4,0	2,3	2,4	1,8	2,1	3,1
813 Gasolineras y combustibles	2,1	2,7	0,6	1,6	2,9	0,5	0,5	0,4	0,8	2,0
4. Servicios de consumo inmediato	11,4	7,2	8,6	12,5	6,2	14,0	12,7	13,2	14,2	13,2
821 Preparación de alimentos y bebidas	2,9	3,0	3,6	2,7	3,3	7,0	6,0	7,4	8,0	7,9
822 Aseo y limpieza	1,7	0,8	0,7	1,1	0,8	2,0	1,8	1,8	1,8	2,4
823 Recreación y esparcimiento	0,8	0,9	1,0	0,5	0,7	0,9	1,6	1,5	1,1	1,1
824 Difusión e información	2,5	1,6	2,1	6,7	0,6	1,2	0,9	0,8	0,6	0,4
825 Hoteles, moteles y posadas	3,5	0,9	1,2	1,5	0,9	2,9	2,4	1,6	2,6	1,4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	37,3	25,9	24,2	18,1	22,2	25,7	25,0	23,6	20,8	22,3
831 Bienes del hogar y personales	17,0	19,4	16,8	12,8	13,9	20,2	20,8	20,1	17,3	18,2
832 Tiendas de departamento	4,8	1,8	1,4	1,8	2,6	1,9	1,5	1,2	1,5	1,4
833 Automotrices y autopartes	15,4	4,7	5,9	3,5	5,7	3,6	2,6	2,3	2,1	2,8
6. Servicios de consumo duradero	10,1	8,4	11,2	10,0	9,8	18,1	15,6	16,1	16,5	16,6
841 Reparaciones	3,8	4,0	3,5	3,6	2,2	6,0	7,1	6,6	6,1	5,1
842 Educación y cultura privados	3,0	3,2	5,2	4,8	5,7	6,7	5,7	5,9	6,1	7,9
843 Salud y asistencia social privada	3,3	1,3	2,5	1,7	1,9	5,5	2,8	3,6	4,3	3,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros IV y V del apéndice estadístico

Cuadro 8

ZONA METROPOLITANA DE CELAYA: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos					
(en miles de pesos de 1993)					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	307 364	934 414	1 029 247	1 135 808	1 278 511
1. Servicios profesionales	15 979	253 157	471 550	368 390	358 961
721 Servicios profesionales a empresas	15 979	253 157	471 550	368 390	358 961
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	291 386	681 257	557 697	767 418	919 550
731 Comercio al por mayor	54 891	353 478	221 541	406 582	596 632
732 Comercio de equipos e insumos industriales	236 494	327 779	336 155	360 836	322 919
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	678 868	992 497	1 004 861	1 108 416	1 475 072
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	206 389	341 153	246 651	268 021	410 924
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	169 044	234 225	175 775	159 276	200 207
812 Supermercados	17 971	68 267	63 024	70 451	68 849
813 Gasolineras y combustibles	19 373	38 661	7 852	38 294	141 868
4. Servicios de consumo inmediato	71 208	129 922	163 571	173 233	193 974
821 Preparación de alimentos y bebidas	38 347	68 842	84 747	44 663	103 955
822 Aseo y limpieza	9 971	15 793	19 897	11 537	27 460
823 Recreación y esparcimiento	2 238	11 994	13 157	8 807	23 582
824 Difusión e información	7 882	18 543	24 945	57 300	14 694
825 Hoteles, moteles y posadas	12 770	14 750	20 825	50 927	24 284
5. Comercio de bienes de consumo duradero	311 802	361 836	377 018	491 253	593 052
831 Bienes del hogar y personales	161 264	309 519	278 645	258 304	368 047
832 Tiendas de departamento	9 963	3 639	9 061	22 709	67 515
833 Automotrices y autopartes	140 575	48 678	89 312	210 241	157 490
6. Servicios de consumo duradero	89 470	159 586	217 621	175 908	277 122
841 Reparaciones	44 986	69 726	70 791	61 871	75 133
842 Educación y cultura privados	17 556	32 834	82 204	74 321	143 776
843 Salud y asistencia social privada	26 927	57 027	64 626	39 716	58 213
TOTAL	986 232	1 926 911	2 034 108	2 244 224	2 753 583

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 9

ZONA METROPOLITANA DE CELAYA: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 007	7 653	14 579	18 022	14 430
1. Servicios profesionales	309	3 219	8 947	11 458	6 298
721 Servicios profesionales a empresas	309	3 219	8 947	11 458	6 298
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 698	4 434	5 632	6 564	8 132
731 Comercio al por mayor	462	2 368	2 320	2 857	4 438
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 236	2 066	3 312	3 707	3 694
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	10 062	19 002	26 750	33 683	46 493
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	3 772	5 732	8 642	9 595	12 560
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	3 590	5 021	7 597	8 310	9 560
812 Supermercados	86	588	851	990	1 611
813 Gasolineras y combustibles	96	123	194	295	1 389
4. Servicios de consumo inmediato	1 386	3 286	4 625	5 812	8 176
821 Preparación de alimentos y bebidas	810	1 798	2 846	3 654	4 694
822 Aseo y limpieza	213	471	695	840	1 434
823 Recreación y esparcimiento	134	297	409	490	1 107
824 Difusión e información	68	308	246	210	288
825 Hoteles, moteles y posadas	161	412	429	618	653
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3 065	5 051	7 271	9 687	14 492
831 Bienes del hogar y personales	2 402	4 488	6 144	7 840	11 503
832 Tiendas de departamento	66	44	139	387	1 227
833 Automotrices y autopartes	597	519	988	1 460	1 762
6. Servicios de consumo duradero	1 839	4 933	6 212	8 589	11 265
841 Reparaciones	843	1 895	2 748	3 277	3 531
842 Educación y cultura privados	546	1 201	1 838	2 749	5 140
843 Salud y asistencia social privada	450	1 837	1 626	2 563	2 594
TOTAL	12 069	26 655	41 329	51 705	60 923

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México
 La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 10

ZONA METROPOLITANA DE CELAYA: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

(porcentajes verticales)

Grupo	Producto interno bruto					Personal ocupado				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	31,2	48,5	50,6	50,6	46,4	16,6	28,7	35,3	34,9	23,7
1. Servicios profesionales	1,6	13,1	23,2	16,4	13,0	2,6	12,1	21,6	22,2	10,3
721 Servicios profesionales a empresas	1,6	13,1	23,2	16,4	13,0	2,6	12,1	21,6	22,2	10,3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	29,5	35,4	27,4	34,2	33,4	14,1	16,6	13,6	12,7	13,3
731 Comercio al por mayor	5,6	18,3	10,9	18,1	21,7	3,8	8,9	5,6	5,5	7,3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	24,0	17,0	16,5	16,1	11,7	10,2	7,8	8,0	7,2	6,1
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	68,8	51,5	49,4	49,4	53,6	83,4	71,3	64,7	65,1	76,3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	20,9	17,7	12,1	11,9	14,9	31,3	21,5	20,9	18,6	20,6
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	17,1	12,2	8,6	7,1	7,3	29,7	18,8	18,4	16,1	15,7
812 Supermercados	1,8	3,5	3,1	3,1	2,5	0,7	2,2	2,1	1,9	2,6
813 Gasolineras y combustibles	2,0	2,0	0,4	1,7	5,2	0,8	0,5	0,5	0,6	2,3
4. Servicios de consumo inmediato	7,2	6,7	8,0	7,7	7,0	11,5	12,3	11,2	11,2	13,4
821 Preparación de alimentos y bebidas	3,9	3,6	4,2	2,0	3,8	6,7	6,7	6,9	7,1	7,7
822 Aseo y limpieza	1,0	0,8	1,0	0,5	1,0	1,8	1,8	1,7	1,6	2,4
823 Recreación y esparcimiento	0,2	0,6	0,6	0,4	0,9	1,1	1,1	1,0	0,9	1,8
824 Difusión e información	0,8	1,0	1,2	2,6	0,5	0,6	1,2	0,6	0,4	0,5
825 Hoteles, moteles y posadas	1,3	0,8	1,0	2,3	0,9	1,3	1,5	1,0	1,2	1,1
5. Comercio de bienes de consumo duradero	31,6	18,8	18,5	21,9	21,5	25,4	18,9	17,6	18,7	23,8
831 Bienes del hogar y personales	16,4	16,1	13,7	11,5	13,4	19,9	16,8	14,9	15,2	18,9
832 Tiendas de departamento	1,0	0,2	0,4	1,0	2,5	0,5	0,2	0,3	0,7	2,0
833 Automotrices y autopartes	14,3	2,5	4,4	9,4	5,7	4,9	1,9	2,4	2,8	2,9
6. Servicios de consumo duradero	9,1	8,3	10,7	7,8	10,1	15,2	18,5	15,0	16,6	18,5
841 Reparaciones	4,6	3,6	3,5	2,8	2,7	7,0	7,1	6,6	6,3	5,8
842 Educación y cultura privados	1,8	1,7	4,0	3,3	5,2	4,5	4,5	4,4	5,3	8,4
843 Salud y asistencia social privada	2,7	3,0	3,2	1,8	2,1	3,7	6,9	3,9	5,0	4,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros VII y VIII del apéndice estadístico

Cuadro 11

ZONA METROPOLITANA DE IRAPUATO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos					
(en miles de pesos de 1993)					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	276 258	354 943	490 361	580 990	764 220
1. Servicios profesionales	52 366	62 247	147 200	151 507	208 260
721 Servicios profesionales a empresas	52 366	62 247	147 200	151 507	208 260
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	223 892	292 696	343 161	429 483	555 961
731 Comercio al por mayor	46 660	76 215	173 561	177 130	273 160
732 Comercio de equipos e insumos industriales	177 232	216 481	169 600	252 353	282 801
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	573 031	887 550	843 129	955 261	1 182 966
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	145 615	247 834	234 025	201 409	296 590
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	57 551	102 672	167 857	124 580	163 621
812 Supermercados	84 444	139 952	55 843	60 527	77 925
813 Gasolineras y combustibles	3 620	5 210	10 324	16 302	55 044
4. Servicios de consumo inmediato	93 273	125 575	136 446	268 137	173 610
821 Preparación de alimentos y bebidas	28 129	38 126	62 584	50 540	86 973
822 Aseo y limpieza	8 357	12 292	18 157	15 694	26 494
823 Recreación y esparcimiento	9 370	21 381	16 195	12 689	36 147
824 Difusión e información	23 336	39 459	28 702	179 166	13 011
825 Hoteles, moteles y posadas	24 080	14 317	10 810	10 048	10 985
5. Comercio de bienes de consumo duradero	252 720	427 653	324 372	340 165	451 395
831 Bienes del hogar y personales	116 076	239 091	232 429	226 524	318 964
832 Tiendas de departamento	49 348	28 094	15 394	10 282	64 502
833 Automotrices y autopartes	87 297	160 467	76 550	103 359	67 929
6. Servicios de consumo duradero	81 423	86 489	148 286	145 551	261 371
841 Reparaciones	42 718	33 703	53 760	59 769	52 398
842 Educación y cultura privados	13 644	20 832	51 219	52 031	149 218
843 Salud y asistencia social privada	25 061	31 955	43 307	33 751	59 755
TOTAL	849 289	1 242 494	1 333 490	1 536 251	1 947 186

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 12

ZONA METROPOLITANA DE IRAPUATO: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 004	4 304	6 536	10 310	10 371
1. Servicios profesionales	663	1 649	2 746	4 397	5 322
721 Servicios profesionales a empresas	663	1 649	2 746	4 397	5 322
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 341	2 655	3 790	5 913	5 049
731 Comercio al por mayor	294	781	1 926	2 877	2 240
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 047	1 874	1 864	3 036	2 809
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	10 201	14 377	21 612	25 253	37 552
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	3 132	3 795	7 049	7 186	11 011
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	2 770	3 065	6 209	5 870	8 419
812 Supermercados	276	636	706	1 002	1 510
813 Gasolineras y combustibles	86	94	134	314	1 082
4. Servicios de consumo inmediato	1 972	2 596	4 066	4 763	6 747
821 Preparación de alimentos y bebidas	926	1 418	2 330	2 669	3 959
822 Aseo y limpieza	238	386	638	1 018	1 514
823 Recreación y esparcimiento	278	147	457	496	601
824 Difusión e información	274	343	273	214	249
825 Hoteles, moteles y posadas	256	302	368	366	424
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3 087	4 755	6 050	7 095	11 776
831 Bienes del hogar y personales	2 219	3 872	5 023	6 121	9 946
832 Tiendas de departamento	292	164	190	181	663
833 Automotrices y autopartes	576	719	837	793	1 167
6. Servicios de consumo duradero	2 010	3 231	4 447	6 209	8 018
841 Reparaciones	837	1 360	2 014	2 308	2 527
842 Educación y cultura privados	610	615	1 094	1 939	3 596
843 Salud y asistencia social privada	563	1 256	1 339	1 962	1 895
TOTAL	12 205	18 681	28 148	35 563	47 923

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México
 La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 13

ZONA METROPOLITANA DE IRAPUATO: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

(porcentajes verticales)

<i>Grupo</i>	<i>Producto interno bruto</i>					<i>Personal ocupado</i>				
	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	32,5	28,6	36,8	37,8	39,2	16,4	23,0	23,2	29,0	21,6
1. Servicios profesionales	6,2	5,0	11,0	9,9	10,7	5,4	8,8	9,8	12,4	11,1
721 Servicios profesionales a empresas	6,2	5,0	11,0	9,9	10,7	5,4	8,8	9,8	12,4	11,1
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	26,4	23,6	25,7	28,0	28,6	11,0	14,2	13,5	16,6	10,5
731 Comercio al por mayor	5,5	6,1	13,0	11,5	14,0	2,4	4,2	6,8	8,1	4,7
732 Comercio de equipos e insumos industriales	20,9	17,4	12,7	16,4	14,5	8,6	10,0	6,6	8,5	5,9
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	67,5	71,4	63,2	62,2	60,8	83,6	77,0	76,8	71,0	78,4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	17,1	19,9	17,5	13,1	15,2	25,7	20,3	25,0	20,2	23,0
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	6,8	8,3	12,6	8,1	8,4	22,7	16,4	22,1	16,5	17,6
812 Supermercados	9,9	11,3	4,2	3,9	4,0	2,3	3,4	2,5	2,8	3,2
813 Gasolineras y combustibles	0,4	0,4	0,8	1,1	2,8	0,7	0,5	0,5	0,9	2,3
4. Servicios de consumo inmediato	11,0	10,1	10,2	17,5	8,9	16,2	13,9	14,4	13,4	14,1
821 Preparación de alimentos y bebidas	3,3	3,1	4,7	3,3	4,5	7,6	7,6	8,3	7,5	8,3
822 Aseo y limpieza	1,0	1,0	1,4	1,0	1,4	2,0	2,1	2,3	2,9	3,2
823 Recreación y esparcimiento	1,1	1,7	1,2	0,8	1,9	2,3	0,8	1,6	1,4	1,3
824 Difusión e información	2,7	3,2	2,2	11,7	0,7	2,2	1,8	1,0	0,6	0,5
825 Hoteles, moteles y posadas	2,8	1,2	0,8	0,7	0,6	2,1	1,6	1,3	1,0	0,9
5. Comercio de bienes de consumo duradero	29,8	34,4	24,3	22,1	23,2	25,3	25,5	21,5	20,0	24,6
831 Bienes del hogar y personales	13,7	19,2	17,4	14,7	16,4	18,2	20,7	17,8	17,2	20,8
832 Tiendas de departamento	5,8	2,3	1,2	0,7	3,3	2,4	0,9	0,7	0,5	1,4
833 Automotrices y autopartes	10,3	12,9	5,7	6,7	3,5	4,7	3,8	3,0	2,2	2,4
6. Servicios de consumo duradero	9,6	7,0	11,1	9,5	13,4	16,5	17,3	15,8	17,5	16,7
841 Reparaciones	5,0	2,7	4,0	3,9	2,7	6,9	7,3	7,2	6,5	5,3
842 Educación y cultura privados	1,6	1,7	3,8	3,4	7,7	5,0	3,3	3,9	5,5	7,5
843 Salud y asistencia social privada	3,0	2,6	3,2	2,2	3,1	4,6	6,7	4,8	5,5	4,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros X y XI del apéndice estadístico

Cuadro 14

CIUDAD DE GUANAJUATO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos					
(en miles de pesos de 1993)					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	16 035	50 448	94 427	134 558	97 760
1. Servicios profesionales	11 329	20 272	62 046	102 316	67 036
721 Servicios profesionales a empresas	11 329	20 272	62 046	102 316	67 036
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	4 706	30 176	32 381	32 242	30 723
731 Comercio al por mayor	745	22 237	29 896	20 575	19 130
732 Comercio de equipos e insumos industriales	3 960	7 939	2 485	11 667	11 594
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	180 604	185 969	223 025	229 434	350 868
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	28 019	45 350	51 037	74 225	112 103
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	11 159	35 048	41 800	44 770	53 338
812 Supermercados	16 860	6 580	5 265	24 024	46 471
813 Gasolineras y combustibles	*	3 723	3 972	5 431	12 295
4. Servicios de consumo inmediato	62 321	58 372	82 271	58 244	99 251
821 Preparación de alimentos y bebidas	13 986	18 575	26 663	22 509	36 140
822 Aseo y limpieza	1 793	2 971	4 655	3 466	6 076
823 Recreación y esparcimiento	273	1 818	585	1 174	1 545
824 Difusión e información	*	5 439	2 668	632	809
825 Hoteles, moteles y posadas	46 268	29 569	47 701	30 464	54 681
5. Comercio de bienes de consumo duradero	83 300	62 818	71 767	61 053	102 748
831 Bienes del hogar y personales	65 721	46 124	54 410	47 960	69 424
832 Tiendas de departamento	28	855	77		7 201
833 Automotrices y autopartes	17 552	15 839	17 280	13 092	26 123
6. Servicios de consumo duradero	6 964	19 429	17 950	35 912	36 766
841 Reparaciones	2 418	8 089	7 502	19 491	8 180
842 Educación y cultura privados	676	7 566	5 562	12 256	21 347
843 Salud y asistencia social privada	3 870	3 774	4 886	4 165	7 239
TOTAL	196 638	236 417	317 452	363 992	448 627

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 15

CIUDAD DE GUANAJUATO: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	192	696	991	2 369	1 519
1. Servicios profesionales	127	508	744	1 935	1 139
721 Servicios profesionales a empresas	127	508	744	1 935	1 139
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	65	188	247	434	380
731 Comercio al por mayor	28	110	188	258	199
732 Comercio de equipos e insumos industriales	37	78	59	176	181
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2 650	4 317	6 314	7 885	11 369
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	641	871	1 892	2 065	3 152
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	601	739	1 687	1 687	2 316
812 Supermercados	40	105	149	308	667
813 Gasolineras y combustibles		27	56	70	169
4. Servicios de consumo inmediato	992	1 682	2 066	2 643	3 319
821 Preparación de alimentos y bebidas	413	609	927	1 440	1 620
822 Aseo y limpieza	64	96	157	200	394
823 Recreación y esparcimiento	8	42	29	50	71
824 Difusión e información		92	72	42	44
825 Hoteles, moteles y posadas	507	843	881	911	1 190
5. Comercio de bienes de consumo duradero	730	1 116	1 661	1 853	3 105
831 Bienes del hogar y personales	603	891	1 365	1 552	2 511
832 Tiendas de departamento	6	11	1	*	278
833 Automotrices y autopartes	121	214	295	301	316
6. Servicios de consumo duradero	287	648	695	1 324	1 793
841 Reparaciones	135	212	296	524	517
842 Educación y cultura privados	86	281	264	459	963
843 Salud y asistencia social privada	66	155	135	341	313
TOTAL	2 842	5 013	7 305	10 254	12 888

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México
 La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 16

CIUDAD DE GUANAJUATO: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

(porcentajes verticales)

Grupo	Producto interno bruto					Personal ocupado				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	8,2	21,3	29,7	37,0	21,8	6,8	13,9	13,6	23,1	11,8
1. Servicios profesionales	5,8	8,6	19,5	28,1	14,9	4,5	10,1	10,2	18,9	8,8
721 Servicios profesionales a empresas	5,8	8,6	19,5	28,1	14,9	4,5	10,1	10,2	18,9	8,8
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	2,4	12,8	10,2	8,9	6,8	2,3	3,8	3,4	4,2	2,9
731 Comercio al por mayor	0,4	9,4	9,4	5,7	4,3	1,0	2,2	2,6	2,5	1,5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	2,0	3,4	0,8	3,2	2,6	1,3	1,6	0,8	1,7	1,4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	91,8	78,7	70,3	63,0	78,2	93,2	86,1	86,4	76,9	88,2
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	14,2	19,2	16,1	20,4	25,0	22,6	17,4	25,9	20,1	24,5
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	5,7	14,8	13,2	12,3	11,9	21,1	14,7	23,1	16,5	18,0
812 Supermercados	8,6	2,8	1,7	6,6	10,4	1,4	2,1	2,0	3,0	5,2
813 Gasolineras y combustibles	*	1,6	1,3	1,5	2,7	0,0	0,5	0,8	0,7	1,3
4. Servicios de consumo inmediato	31,7	24,7	25,9	16,0	22,1	34,9	33,6	28,3	25,8	25,8
821 Preparación de alimentos y bebidas	7,1	7,9	8,4	6,2	8,1	14,5	12,1	12,7	14,0	12,6
822 Aseo y limpieza	0,9	1,3	1,5	1,0	1,4	2,3	1,9	2,1	2,0	3,1
823 Recreación y esparcimiento	0,1	0,8	0,2	0,3	0,3	0,3	0,8	0,4	0,5	0,6
824 Difusión e información	*	2,3	0,8	0,2	0,2	0,0	1,8	1,0	0,4	0,3
825 Hoteles, moteles y posadas	23,5	12,5	15,0	8,4	12,2	17,8	16,8	12,1	8,9	9,2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	42,4	26,6	22,6	16,8	22,9	25,7	22,3	22,7	18,1	24,1
831 Bienes del hogar y personales	33,4	19,5	17,1	13,2	15,5	21,2	17,8	18,7	15,1	19,5
832 Tiendas de departamento	0,0	0,4	0,0	0,0	1,6	0,2	0,2	0,0	*	2,2
833 Automotrices y autopartes	8,9	6,7	5,4	3,6	5,8	4,3	4,3	4,0	2,9	2,5
6. Servicios de consumo duradero	3,5	8,2	5,7	9,9	8,2	10,1	12,9	9,5	12,9	13,9
841 Reparaciones	1,2	3,4	2,4	5,4	1,8	4,8	4,2	4,1	5,1	4,0
842 Educación y cultura privados	0,3	3,2	1,8	3,4	4,8	3,0	5,6	3,6	4,5	7,5
843 Salud y asistencia social privada	2,0	1,6	1,5	1,1	1,6	2,3	3,1	1,8	3,3	2,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros XIII y XIV del apéndice estadístico

Cuadro 17

SILAO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos

(en miles de pesos de 1993)

<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	27 373	26 358	163 749	109 459	424 874
1. Servicios profesionales	5 017	8 192	130 968	62 348	321 510
721 Servicios profesionales a empresas	5 017	8 192	130 968	62 348	321 510
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	22 355	18 165	32 781	47 111	103 364
731 Comercio al por mayor	20 875	15 626	27 832	30 498	85 541
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 480	2 540	4 949	16 613	17 823
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	59 545	64 247	131 963	162 755	178 558
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	22 158	23 919	51 778	40 868	53 515
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	21 204	21 843	41 463	31 754	31 765
812 Supermercados	954	963	3 534	5 636	9 946
813 Gasolineras y combustibles		1 113	6 782	3 478	11 804
4. Servicios de consumo inmediato	12 175	12 036	19 670	31 088	34 622
821 Preparación de alimentos y bebidas	2 954	7 118	14 576	14 592	11 665
822 Aseo y limpieza	737	1 923	2 537	1 039	9 539
823 Recreación y esparcimiento	392	258	524	565	1 460
824 Difusión e información	900	1 767	416	10 084	296
825 Hoteles, moteles y posadas	7 193	969	1 617	4 808	11 662
5. Comercio de bienes de consumo duradero	19 023	19 349	40 490	48 912	67 506
831 Bienes del hogar y personales	17 585	16 066	30 614	36 660	51 042
832 Tiendas de departamento	1 174	82	36		64
833 Automotrices y autopartes	264	3 201	9 840	12 252	16 400
6. Servicios de consumo duradero	6 189	8 943	20 025	41 888	22 915
841 Reparaciones	3 557	4 519	6 794	34 681	7 503
842 Educación y cultura privados	902	1 569	6 526	4 352	10 117
843 Salud y asistencia social privada	1 730	2 854	6 704	2 855	5 295
TOTAL	86 918	90 605	295 712	272 214	603 432

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México

Los datos del PIB al ser expresados en unidades monetarias fueron ajustados con los valores de cuentas nacionales según Garza (2008)

La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 18

SILAO: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	125	401	741	1 877	4 099
1. Servicios profesionales	40	256	457	1 372	3 169
721 Servicios profesionales a empresas	40	256	457	1 372	3 169
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	85	145	284	505	930
731 Comercio al por mayor	43	109	188	185	610
732 Comercio de equipos e insumos industriales	42	36	96	320	320
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 791	2 190	3 939	5 242	7 704
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	886	893	1 743	1 687	2 436
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	864	853	1 661	1 555	1 986
812 Supermercados	22	11	46	84	239
813 Gasolineras y combustibles		29	36	48	211
4. Servicios de consumo inmediato	358	389	644	950	1 351
821 Preparación de alimentos y bebidas	139	231	396	605	767
822 Aseo y limpieza	38	63	81	114	376
823 Recreación y esparcimiento	10	47	34	61	123
824 Difusión e información	25	27	22	57	5
825 Hoteles, moteles y posadas	146	21	111	113	80
5. Comercio de bienes de consumo duradero	344	494	908	1 640	2 802
831 Bienes del hogar y personales	310	449	755	1 445	2 551
832 Tiendas de departamento	23	3	2		5
833 Automotrices y autopartes	11	42	151	195	246
6. Servicios de consumo duradero	203	414	644	965	1 115
841 Reparaciones	120	216	329	430	466
842 Educación y cultura privados	52	74	187	287	398
843 Salud y asistencia social privada	31	124	128	248	251
TOTAL	1 916	2 591	4 680	7 119	11 803

Fuente: Censos Comerciales y de Servicios de 1980, 1988, 1993, 1998, 2003, INEGI, México
 La homologación de los censos se realizó de acuerdo con la propuesta de Garza (2008)

Cuadro 19

MÉXICO: PIB DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

PIB total de cuentas nacionales ajustado con la estructura de censos económicos

(en miles de pesos de 1993)

<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	115 351 264	133 772 154	201 064 050	241 864 217	285 356 577
1. Servicios profesionales	44 144 759	45 613 886	94 865 078	119 864 855	160 709 616
721 Servicios profesionales a empresas	44 144 759	45 613 886	94 865 078	119 864 855	160 709 616
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	71 206 505	88 158 268	106 198 972	121 999 362	124 646 961
731 Comercio al por mayor	29 612 717	31 611 181	41 076 655	39 462 900	53 327 186
732 Comercio de equipos e insumos industriales	41 593 788	56 547 087	65 122 317	82 536 462	71 319 775
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	157 299 768	195 205 117	203 758 545	202 636 148	262 298 133
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	35 607 486	58 948 042	48 035 924	53 163 201	66 545 951
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	20 628 097	33 407 817	28 550 456	26 166 800	31 610 202
812 Supermercados	13 226 758	18 754 375	15 263 126	20 766 396	21 774 725
813 Gasolineras y combustibles	1 752 631	6 785 850	4 222 342	6 230 005	13 161 023
4. Servicios de consumo inmediato	42 474 316	37 037 130	49 034 848	44 577 045	55 320 798
821 Preparación de alimentos y bebidas	13 410 349	14 947 011	21 240 392	16 080 412	20 688 531
822 Aseo y limpieza	3 868 418	3 006 492	3 939 649	2 913 058	5 170 649
823 Recreación y esparcimiento	5 956 246	2 304 016	3 204 966	3 176 939	4 695 316
824 Difusión e información	7 882 513	7 883 329	11 818 555	12 942 062	13 614 493
825 Hoteles, moteles y posadas	11 356 790	8 896 282	8 831 287	9 464 574	11 151 809
5. Comercio de bienes de consumo duradero	58 489 290	77 065 202	71 706 300	71 802 330	90 032 222
831 Bienes del hogar y personales	32 226 226	54 085 025	50 282 422	50 659 002	60 904 621
832 Tiendas de departamento	9 693 704	5 407 947	7 038 742	5 522 786	8 041 199
833 Automotrices y autopartes	16 569 360	17 572 230	14 385 136	15 620 542	21 086 402
6. Servicios de consumo duradero	20 728 676	22 154 744	34 981 473	33 093 572	50 399 163
841 Reparaciones	9 163 516	9 474 486	10 823 037	12 115 112	11 254 698
842 Educación y cultura privados	5 191 238	7 183 940	15 575 411	13 256 246	27 947 216
843 Salud y asistencia social privada	6 373 922	5 496 318	8 583 024	7 722 214	11 197 249
TOTAL	272 651 032	328 977 271	404 822 595	444 500 366	547 654 710

Fuente: Garza (2008)

Cuadro 20

MÉXICO: PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003					
<i>Grupo</i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>	<i>2003</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	465 219	910 421	1 544 570	2 370 864	2 771 304
1. Servicios profesionales	173 688	476 960	865 239	1 499 650	1 816 603
721 Servicios profesionales a empresas	173 688	476 960	865 239	1 499 650	1 816 603
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	291 531	433 461	679 331	871 214	954 701
731 Comercio al por mayor	141 273	160 485	267 381	334 390	400 990
732 Comercio de equipos e insumos industriales	150 258	272 976	411 950	536 824	553 711
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 987 903	2 974 531	4 465 269	5 334 605	7 148 930
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	631 699	851 846	1 319 773	1 518 667	2 039 076
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	538 593	681 727	1 101 570	1 183 749	1 466 700
812 Supermercados	72 221	143 525	181 282	278 402	404 995
813 Gasolineras y combustibles	20 885	26 594	36 921	56 516	167 381
4. Servicios de consumo inmediato	484 323	691 463	1 066 175	1 263 133	1 676 527
821 Preparación de alimentos y bebidas	265 634	385 092	640 632	763 954	975 798
822 Aseo y limpieza	66 590	85 007	135 069	173 288	253 421
823 Recreación y esparcimiento	31 563	42 413	70 724	83 243	132 113
824 Difusión e información	33 852	49 036	67 470	64 230	72 731
825 Hoteles, moteles y posadas	86 684	129 915	152 280	178 418	242 464
5. Comercio de bienes de consumo duradero	534 113	884 043	1 213 769	1 394 988	2 035 216
831 Bienes del hogar y personales	399 074	726 633	988 046	1 151 424	1 648 227
832 Tiendas de departamento	55 199	38 588	71 681	75 755	126 944
833 Automotrices y autopartes	79 840	118 822	154 042	167 809	260 045
6. Servicios de consumo duradero	337 768	547 179	865 552	1 157 817	1 398 111
841 Reparaciones	144 111	258 240	388 144	477 809	512 233
842 Educación y cultura privados	112 376	155 686	257 454	359 533	554 935
843 Salud y asistencia social privada	81 281	133 253	219 954	320 475	330 943
TOTAL	2 453 122	3 884 952	6 009 839	7 705 469	9 920 234

Fuente: Garza (2008)

Cuadro 21

MÉXICO: PIB Y PO DEL SECTOR SERVICIOS POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1980-2003

Grupo	(porcentajes verticales)									
	Producto interno bruto					Personal ocupado				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	42.3	40.7	49.7	54.4	52.1	19.0	23.4	25.7	30.8	27.9
1. Servicios profesionales	16.2	13.9	23.4	27.0	29.3	7.1	12.3	14.4	19.5	18.3
721 Servicios profesionales a empresas	16.2	13.9	23.4	27.0	29.3	7.1	12.3	14.4	19.5	18.3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	26.1	26.8	26.2	27.4	22.8	11.9	11.2	11.3	11.3	9.6
731 Comercio al por mayor	10.9	9.6	10.1	8.9	9.7	5.8	4.1	4.4	4.3	4.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	15.3	17.2	16.1	18.6	13.0	6.1	7.0	6.9	7.0	5.6
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	57.7	59.3	50.3	45.6	47.9	81.0	76.6	74.3	69.2	72.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	13.1	17.9	11.9	12.0	12.2	25.8	21.9	22.0	19.7	20.6
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	7.6	10.2	7.1	5.9	5.8	22.0	17.5	18.3	15.4	14.8
812 Supermercados	4.9	5.7	3.8	4.7	4.0	2.9	3.7	3.0	3.6	4.1
813 Gasolineras y combustibles	0.6	2.1	1.0	1.4	2.4	0.9	0.7	0.6	0.7	1.7
4. Servicios de consumo inmediato	15.6	11.3	12.1	10.0	10.1	19.7	17.8	17.7	16.4	16.9
821 Preparación de alimentos y bebidas	4.9	4.5	5.2	3.6	3.8	10.8	9.9	10.7	9.9	9.8
822 Aseo y limpieza	1.4	0.9	1.0	0.7	0.9	2.7	2.2	2.2	2.2	2.6
823 Recreación y esparcimiento	2.2	0.7	0.8	0.7	0.9	1.3	1.1	1.2	1.1	1.3
824 Difusión e información	2.9	2.4	2.9	2.9	2.5	1.4	1.3	1.1	0.8	0.7
825 Hoteles, moteles y posadas	4.2	2.7	2.2	2.1	2.0	3.5	3.3	2.5	2.3	2.4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	21.5	23.4	17.7	16.2	16.4	21.8	22.8	20.2	18.1	20.5
831 Bienes del hogar y personales	11.8	16.4	12.4	11.4	11.1	16.3	18.7	16.4	14.9	16.6
832 Tiendas de departamento	3.6	1.6	1.7	1.2	1.5	2.3	1.0	1.2	1.0	1.3
833 Automotrices y autopartes	6.1	5.3	3.6	3.5	3.9	3.3	3.1	2.6	2.2	2.6
6. Servicios de consumo duradero	7.6	6.7	8.6	7.4	9.2	13.8	14.1	14.4	15.0	14.1
841 Reparaciones	3.4	2.9	2.7	2.7	2.1	5.9	6.6	6.5	6.2	5.2
842 Educación y cultura privados	1.9	2.2	3.8	3.0	5.1	4.6	4.0	4.3	4.7	5.6
843 Salud y asistencia social privada	2.3	1.7	2.1	1.7	2.0	3.3	3.4	3.7	4.2	3.3
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: elaborado a partir de los cuadros XVIII y XIX del apéndice estadístico

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, Adrian y Peter Ward (2003), Globalization, regional development, and mega-city expansion in Latin America: Analyzing Mexico City's peri-urban hinterland, *Cities*, **20** (1): 3-21.
- Angoa, Isabel y Marco López (2009), Distribución territorial de los servicios al productor y al consumidor en la Zona Metropolitana de Puebla, 1980-2003, en Gustavo Garza y Jaime Sobrino (coord.) *Evolución del sector servicios en ciudades y regiones de México*, México, El Colegio de México (pp. 607-634).
- Angoa, Isabel (2006), Distribución espacial de los servicios en la zona metropolitana de Puebla, 1980-2003, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp.503-540).
- Anzaldo, Carlos y Ahidé Rivera (2006), Evolución demográfica y potencial de desarrollo de las ciudades de México, *Situación demográfica de México, 2006*, CONAPO, México, 207-231.
- (2003), Tendencias recientes de la urbanización, *Situación demográfica de México, 2003*, México, CONAPO (pp. 27-40).
- Blair, John (1991), *Urban and Regional Economics*, Ed. Irwin, United States.
- Button, Kenneth (2000), New approaches to spatial economics, *Growth and change*, **31**: 480-500.
- Carrillo, Mario (2003), Estudios Regionales en México. *Selección de teoría y evidencia empírica: localización económica*, México, Universidad de Puebla.
- Christaller, Walter (1966), *Central places in Southern Germany*, Prentice Hall Inc. New Jersey.
- CONAPO (1991), *Sistema de ciudades y distribución espacial de la población en México*, México.
- Daniels, Peter (1993), *Service Industries in the World Economy*, UK, Blackwell Publishers.
- (1985), *Services Industries: a geographical appraisal*, UK, Ed. Methuen.
- Dávila, Alejandro (en prensa), Coahuila: Servicios y dinámica industrial, en Gustavo Garza (coord.), *Geografía del sector servicios en el norte de México*, México, El Colegio de México.

- Garza, Gustavo (en prensa), Prólogo, en Gustavo Garza (coord.), *Geografía del sector servicios en el norte de México*, México, El Colegio de México.
- (2009) Hacia una nueva teoría del desarrollo económico urbano, en Gustavo Garza y Jaime Sobrino (coord.), *Evolución del sector servicios en ciudades y regiones de México*, México, El Colegio de México (pp.137-169).
- (2008), *Macroeconomía del sector servicios en la ciudad de México, 1960-2003*, México, El Colegio de México.
- (2006a), Productividad laboral del sector terciario en la Ciudad de México, 1960-2003, *Investigaciones Regionales*, **8**: 55-84.
- (2006b), La dimensión espacial de la Revolución Terciaria, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp.44-77).
- (2006c), Estructura y dinámica del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 115-169).
- y José Peñuelas (2006d), Distribución del sector servicios en las principales ciudades de Sinaloa, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 337-391).
- (2006e) La revolución Terciaria, en Lezama, J. L. y J. B. Morelos (coords), *Población, ciudades y medio ambiente en el México contemporáneo*, México, El Colegio de México (pp. 307-331).
- (2006f) Servicios generales de la producción en la ciudad de México, *Estudios Demográficos y Urbanos, México*, **21** (2): 259-295.
- (2005), *La urbanización de México en el siglo XX*, México, El Colegio de México.
- (2004), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos, México*, **19** (55): 7-53.
- (1985), *El proceso de industrialización en la ciudad de México*, México, El colegio de México.
- Gobierno del Estado de Guanajuato (en prensa), *Programa Estatal de Ordenamiento Territorial del Estado de Guanajuato*.
- INEGI (2005), II Censo de población, México, INEGI.
- (1981, 1990, 1994, 1999 y 2004), *Censos de comercio y servicios del estado de Guanajuato*, México, INEGI.

- (1980, 1990 y 2000), Censos generales de población y vivienda, México, INEGI.
- (1980, 1985, 1993 al 2006), Sistema de Cuentas Nacionales, México, INEGI.
- Krugman, Paul (1997), *Desarrollo, geografía y teoría económica*, Barcelona, Antoni Bosch.
- (1992), *Geografía y comercio*, Barcelona, Antoni Bosch.
- Ortiz Cruz, Eitelberto (2006), El sector servicios en la transformación de la estructura económica de México, 1900-2003, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 79-96).
- O'Sullivan, Arthur (1996), *Urban Economics*, USA, Ed. Irwin
- Partida, Virgilio (2003), Aspectos demográficos de la urbanización, *Situación demográfica de México, 2003*, México, CONAPO (pp. 17-27).
- Polèse, Mario (1998), Economía urbana y regional: Introducción a la relación entre territorio y desarrollo, Costa Rica.
- Santiago, Carolina (2008), *Los servicios al productor como actividades motrices en el estado de Querétaro, 1980-2003*, Tesis de maestría en Estudios de Población y Desarrollo Regional de la Universidad Autónoma del estado de Morelos-Facultad de Arquitectura; UNAM-CRIM.
- Salas, Carlos (2006), El proceso de terciarización del mercado de trabajo en México, 1998-2004, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 97-113).
- SEDESOL-CONAPO-INEGI (2006), *Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México*, México.
- SEDESOL (1998), México 2020; un enfoque territorial del desarrollo, vertiente urbana, México.
- Sobrino, Jaime (2007), Desempeño industrial en las principales ciudades de México, 1980-2003, *Estudios Demográficos y Urbanos*, México, El Colegio de México, **22** (2): 243-290
- (2006), Macroestructuración espacial del sector servicios en la Ciudad de México, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 425-455).
- (2003), *Competitividad de las ciudades en México*, México, El Colegio de México, Centro de estudios demográficos y de desarrollo urbano.

----- (2003b), Zonas metropolitanas de México en 2000: conformación territorial y movilidad de la población ocupada, *Estudios Demográficos y Urbanos*, México, El Colegio de México, **18** (3): 461-507.

Stanback, Thomas *et al.* (1984), *Servicio la nueva economía*, Estados Unidos, Allandheld Osmun & co. Publishers Inc.

Weber, Alfred (1929), *Theory of the location of industries*, Chicago, The University of Chicago Press.

Zebadúa, Anjanette (2006), El sector servicios en el subsistema urbano de la Ciudad de México, 1980-2003, en Gustavo Garza (coord.), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México (pp. 171-231).

Páginas web:

www.correo-gto.com.mx

www.e-local.gob.mx

www.sde.guanajuato.gob.mx