



Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales

Macroeconomía del sector servicios en el  
Subsistema Urbano de la Ciudad de México, 1980-1998

Tesis presentada por

Anjanette Deyanira Zebadúa Soto

Para optar por el grado de

Maestra en Estudios Urbanos  
Promoción 2003-2005

Director

Gustavo Garza Villarreal

Lector

Luis Jaime Sobrino Figueroa

México, D.F.  
15 de julio, 2005

*A mis padres,  
por tanto amor  
y porque de ellos aprendí  
la disciplina que me ha llevado  
a alcanzar esta meta*

*A Rodrigo,  
por impulsarme  
a lograr este sueño  
y por su apoyo incondicional  
durante estos dos años*

# ÍNDICE

	<b>Página</b>
<b>Prólogo</b>	1
<b>1. Estructura y especialización regional del sector terciario</b>	7
<i>Estructuración diferenciada en el ámbito regional</i>	9
<i>Especialización metropolitana diferenciada</i>	20
<b>2. Niveles de concentración en el espacio megalopolitano</b>	30
<i>Concentración decreciente del comercio y los servicios al productor</i>	33
<i>Reorganización terciaria en la corona del subsistema</i>	39
<b>3. Dinámica de crecimiento: actividades terciarias motrices</b>	45
<i>Cambios absolutos y ciclos económicos de los servicios</i>	45
<i>Actividades motrices en el subsistema</i>	54
<i>Actividades motrices en la corona</i>	59
<b>Conclusiones</b>	65
<b>Bibliografía</b>	70

## **Macroeconomía del sector servicios en el Subsistema Urbano de la Ciudad de México, 1980-2003**

*La transformación espacial que la geografía de la globalización ha originado ha contribuido a una demanda por nuevos tipos de centralización territorial de las funciones de gestión y control de alto nivel, donde las grandes ciudades aparecen como espacios privilegiados para la producción de servicios especializados que se han convertido en industrias que generan los bienes organizacionales necesarios para la implementación y gestión de los sistemas económicos globales (Sassen, 2003).*

Desde mediados del siglo xx ha ocurrido una reestructuración económica en los países desarrollados caracterizada por la hegemonía del sector servicios en el crecimiento del producto y el empleo (Greenhalgh y Gregoy, 2001:629). Este proceso constituye una verdadera Revolución Terciaria de la cual emerge la sociedad post-industrial que se caracteriza por: i) un giro de la industria a los servicios, en lo económico; ii) actividades motrices basadas en la ciencia y la tecnología; y iii) nuevas elites técnicas y cambios en la estratificación social. Así, dos de las referencias centrales de la sociedad post-industrial son básicamente el aumento en la productividad manufacturera debido a la automatización y la revolución telemática (Garza, 2003:13).

La importancia de dicha reestructuración económica se muestra en el reconocimiento que organismos internacionales como la OCDE han dado al cambio en la relación entre el sector servicios y el sector manufacturero, al afirmar que entre 75.0 y 85.0% del valor contenido en los productos industriales se debe a los servicios (Quinn, 1988 cit. en García-Milà y McGuire, 1998: 354). Asimismo, el cambio en la naturaleza del sector servicios -con una mayor presencia de servicios al productor- y la dependencia de la manufactura respecto a éstos, ha llegado a ser considerada como el factor que permite un crecimiento elevado en las economías y, de hecho, “los servicios al productor son tan importantes como el capital en la contribución a la productividad manufacturera” (Guile 1988, cit. en García-Milà y McGuire).

En términos espaciales estos cambios han tenido como consecuencia la concentración de las actividades de servicios en las grandes ciudades del primer

mundo, como Londres, Nueva York, Tokio y Paris, que al formar aglomeraciones de tipo megalopolitano, o regiones urbanas policéntricas, constituyen nodos de gestión del sistema económico global.<sup>1</sup> En ellas coexisten la infraestructura, las telecomunicaciones y redes, el equipamiento y los servicios urbanos que las empresas requieren para competir en el mundo globalizado.<sup>2</sup> De modo que la nueva base económica metropolitana estaría conformada por las funciones de comando del nuevo poder económico, la parte más importante de los servicios a las familias (comercio, educación, salud y esparcimiento) y la parte más moderna de la industria (De Mattos, 2004).

La transformación de algunas ciudades hacia una economía de servicios a partir de la década de los setenta significó su renacimiento y reconfiguración física (Daniels, 1993: 142). La construcción social del espacio refleja los cambios estructurales de la economía y las ciudades con sus nuevos rascacielos y oficinas muestran el paisaje urbano y laboral de la nueva economía de los servicios (Stanback, 1984: 91). Así, en diez países que en 1981 eran miembros de la OCDE<sup>3</sup> el número de empleos en el sector servicios pasó de 40.0 a 60.0% entre 1960 y 1981, con casos extremos de grandes pérdidas en empleos industriales (Cuce, 2000: 37).<sup>4</sup> En Estados Unidos la hegemonía de las actividades terciarias entre 1970 y 1980 se refleja en que más de 90.0% de los nuevos empleos establecidos fueron en servicios (Garza, 2003: 15).

Estos procesos parecen no ser exclusivos de las economías post-industriales y en algunos países en desarrollo también ha ocurrido una tendencia a la concentración de actividades terciarias en grandes metrópolis. En México,

---

<sup>1</sup> Para un análisis más detallado de la concentración del sector servicios en ciudades postindustriales véase Garza, 2004: 26-29.

<sup>2</sup> Daniels, analiza en detalle los factores de la localización de los servicios en las ciudades: i) Las economías de urbanización que incluyen infraestructura, transportes y sus redes, telecomunicaciones, vivienda, etc.; ii) la minimización de la incertidumbre pues en las ciudades tienen acceso a información de los mercados, de las expectativas de los clientes, y de las prácticas y regulaciones de los negocios. Además de que pueden monitorear la actividad de sus competidores; iii) las economías de localización por los beneficios de proximidad a servicios similares ó a otras actividades que les proveen insumos ó clientes; y iv) la calidad del trabajo, dado que los servicios requieren más trabajadores que sean profesionales y técnicos.

<sup>3</sup> Incluye a Canadá, Australia, Francia, la ex Alemania Occidental, Italia, Japón, España, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos. El resto de los países que en 1981 constituían la OCDE eran Bélgica, Grecia, Islandia, Luxemburgo, Noruega, Portugal, Suiza, Dinamarca, Finlandia, Países Bajos, Turquía, Austria, Irlanda y Nueva Zelanda.

<sup>4</sup> Principalmente Australia y Reino Unido que perdieron alrededor de 10.0% de empleos industriales.

desde hace 40 años la estructura de la producción ha sido predominantemente terciaria: en 1960 el sector primario, secundario y terciario representaban 12.6, 22.4 y 65.0% del Producto Interno Bruto (PIB) total nacional; para 1998 estas cifras fueron 5.8, 28.8 y 65.4%, respectivamente (Garza, 2004: 15). Asimismo, según ramas de actividad, los servicios fueron los más importantes en 1998 al generar 36.7% del PIB nacional, con lo cual se situaron 15 y 16 puntos porcentuales por arriba de las manufacturas y el comercio (21.4 y 20.6% del PIB nacional, en ese orden).

El inicio de la Revolución Terciaria según el empleo se observa claramente: el sector terciario ha aumentado su absorción de población económicamente activa de 25.7 a 55.2% entre 1950 y 2000, mientras que el sector secundario y el primario absorben 26.7 y 18.1% en el último año (Garza, 2004:15). A inicios del siglo XXI el PIB del sector terciario constituye casi dos terceras partes de la producción y genera más de la mitad del empleo nacional.

En términos espaciales estos cambios han propiciado una concentración del comercio y los servicios al productor en el Subsistema Urbano de la Ciudad de México (SUCM).<sup>5</sup> Entre 1980 y 1998 su contribución al PIB terciario nacional ha sido superior a 40.0%, en gran medida debido a la elevada participación de los servicios profesionales a empresas que durante los años señalados fue mayor a 50.0% (cuadros A1 y A4 del apéndice estadístico).

Al igual que en los países avanzados, en los subdesarrollados la transformación de la estructura económica se expresa espacialmente en las ciudades, las cuales concentran una proporción importante del PIB terciario, de las actividades de comando y enlace de gran cantidad de empresas nacionales y transnacionales y, por tanto, de población. Las megaciudades latinoamericanas de

---

<sup>5</sup> Según Unikel, Ruíz y Garza un subsistema es un subconjunto de ciudades que actúan de forma integrada, ya sea por complementación de actividades o por proximidad física. La delimitación del subsistema se efectuó a partir de los flujos de vehículos de carga y de pasajeros que se registran entre la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) y las ciudades que la rodean, suponiendo que el grado de dependencia es una función de la intensidad del tráfico entre ciudades. De este modo, el Subsistema Urbano de la Ciudad de México (SUCM) está definido por el área de interacción directa con la capital del país y está integrado por todos aquellos centros urbanos de las regiones aledañas conectadas por carretera con la Ciudad de México y que registraron un flujo superior a 2 000 vehículos diarios, es decir, por las zonas metropolitanas de Toluca, Puebla, Cuernavaca, Cuautla, Querétaro y Pachuca (1976:94-95).

São Paulo, Buenos Aires, Santiago, Lima y Ciudad de México, entre las principales, ya son en efecto los centros de control de la economía nacional y los nodos principales del vínculo con la economía global (Azzioni, 1999; Chion, 2002; Ciccolella, 1999; Cuce, 2000; De Mattos, 1999).

El patrón de concentración de los servicios en estas ciudades parece seguir, como en los países avanzados, la lógica del capital de incrementar su plusvalía y tasas de ganancia y, por tanto, acelerar el proceso de acumulación. Todo ello es posible gracias a las Condiciones Generales de la Producción (CGP) que constituyen una parte importante del tejido metropolitano y que permiten la generación de economías externas y de urbanización.<sup>6</sup> Esto explica que las principales urbes nacionales sigan ocupando el primer lugar en la jerarquía de ciudades y que parte de su recuperación como polos de atracción -después de la crisis de la deuda que se vivió en los ochenta- se haya debido en cierta medida a las inversiones que se efectuaron para mejorar las CGP, puesto que esto las hizo atractivas ante el capital.<sup>7</sup>

Se juzga importante conocer, en el contexto anterior, el impacto de la distribución de los servicios en la evolución de la jerarquía urbana de México. Con relación a este proceso, un autor encuentra que en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) disminuye la concentración de las actividades terciarias, y en particular, del comercio y los servicios al productor (Garza, 2004). El trabajo argumenta que esto podría deberse a que si como la industria se desconcentró de la ZMCM hacia las ciudades que conforman el subsistema de la Ciudad de México

---

<sup>6</sup> Las condiciones generales de la producción forman parte de las fuerzas productivas de la sociedad y son todas aquellas condiciones materiales que han de concurrir para que el proceso de trabajo se efectúe, pero que no forman parte de los medios de producción internos de la empresa. Son medios de trabajo socializados y medios de consumo colectivos que construye la sociedad. Los primeros se subdividen en condiciones generales de la circulación (como las carreteras y las vías urbanas) y medios de producción socializados (por ejemplo los oleoductos, gasoductos, la infraestructura eléctrica, del agua, etc.). Los medios de consumo colectivo incluyen las escuelas, hospitales, vivienda pública, centros de recreación y esparcimiento públicos, etc. (Garza, 1985: 204-209). Garza incluso apoya empíricamente la hipótesis de que las CGP son un factor de atracción porque trasladan valor a las mercancías, elevando la tasa de ganancia de las empresas localizadas en las metrópolis.

<sup>7</sup> Destaca en este rubro la importante actuación del gobierno brasileño que entre 1980 y 1996 reaccionó efectuando grandes inversiones para dinamizar las CGP de las ciudades del Área Metropolitana de San Pablo (AMSP) a fin de hacerlas competitivas en la economía global. Así, la red carretera pasó de 18 256 a 28 471 km entre 1978 y 1995 (un aumento de 56%), la red energética casi se duplicó entre 1980 y 1996 (creciendo 80%) y en las telecomunicaciones se expandió la red telefónica y se mejoraron los servicios de larga distancia internacional. Dados los elevados niveles de inversión pública el valor del área se valorizó 40 veces más desde la década de los setenta (Cuce, 2000).

(ZM de Toluca, ZM de Pachuca, ZM de Puebla, ZM de Cuernavaca, ZM de Cuautla y ZM de Querétaro), algo semejante puede ocurrir con los servicios al productor, de manera que el subsistema en su conjunto se encuentre especializado en dichas actividades. Sin embargo, ese análisis sale de los propósitos del artículo citado y, por tanto, no se lleva a cabo.

El objetivo de este trabajo es, precisamente, analizar la estructura y especialización del sector terciario en el Subsistema Urbano de la Ciudad de México (SUCM), el nivel de concentración respecto a los valores nacionales y su dinámica de crecimiento entre 1980 y 1998. Se trata de determinar en que medida la reducción de la concentración de las actividades terciarias en la ZMCM se ha traducido en el surgimiento de una región polinuclear de alta concentración en servicios al productor (Garza, 2004), así como analizar si existe una complementariedad entre las zonas metropolitanas que conforman el subsistema ó bien entre el SUCM y el resto del país.

El período de estudio de 1980 a 1998 se subdivide en tres etapas: i) La década pérdida que comprende de 1980 a 1988 donde el PIB aumentó 0.09% anual;<sup>8</sup> ii) Un período de recuperación relativa comprendido entre 1988 y 1994 cuando el PIB creció 3.9% anual; y iii) un lapso de recuperación moderada ocurrido entre 1994 y 1998 cuando el PIB creció 2.5% anual (Garza, 2004: 8).

Para alcanzar el objetivo señalado se utilizó la información del VIII, X, XI y XII censo comercial y de servicios con información municipal para las ciudades de la corona del subsistema y de Garza (2004) para los datos nacionales y de la ZMCM. Las categorías censales que se utilizan son tres: Producto Interno Bruto (PIB), personal ocupado promedio y número de establecimientos. Estos se clasifican en 17 grupos de acuerdo a la tipología del sector servicios considerada por Garza (2004: 12-14).<sup>9</sup>

El universo de estudio es el SUCM, constituido según la metodología de Unikel, Garza y Ruíz (1976), por la ZMCM —conformada por el Distrito Federal y

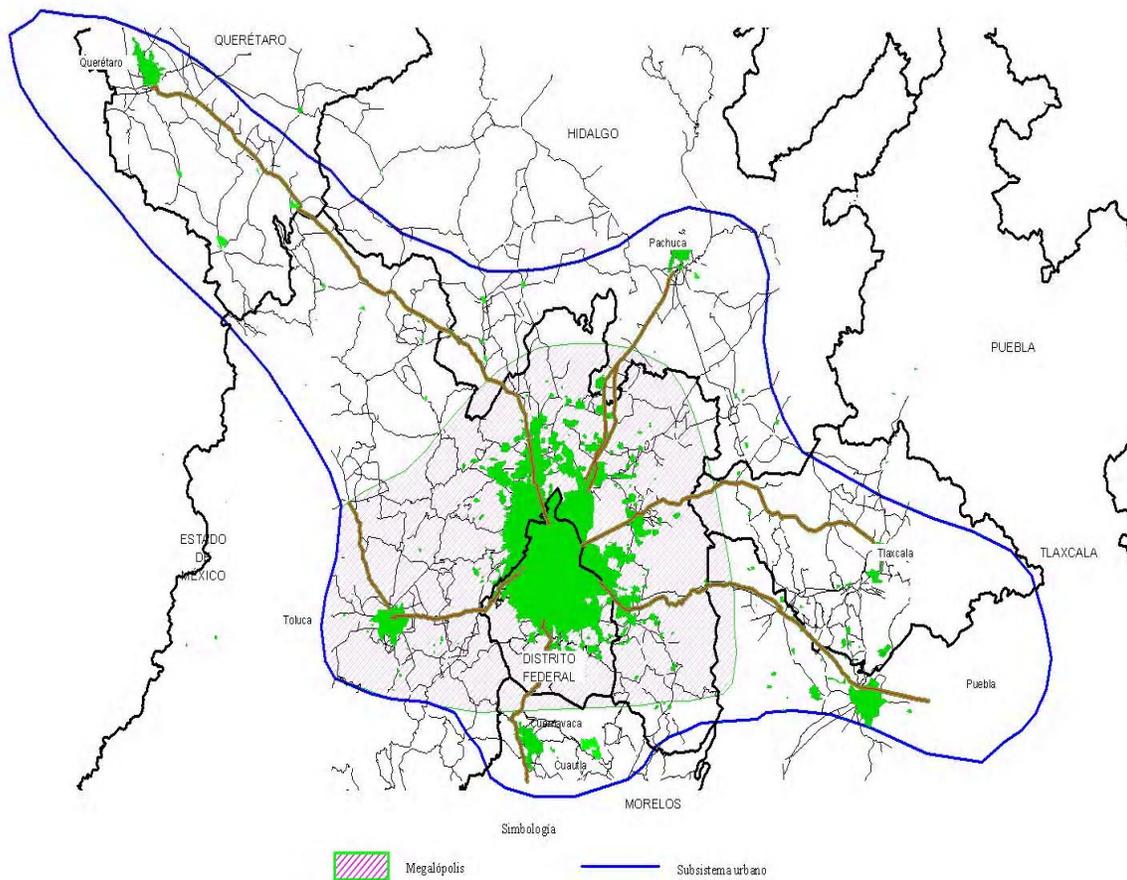
---

<sup>8</sup> No obstante, si se toma en cuenta el período 1982-1988, el PIB se redujo 0.01% anualmente, siendo los sectores más afectados la construcción, el comercio y la minería.

<sup>9</sup> No se incluyen los servicios financieros y públicos por la dificultad de hacerlos compatibles en el período de estudio. Sin embargo, se pretende incluirlos en una investigación posterior.

los municipios conurbados del Estado de México— y las seis zonas metropolitanas que la rodean: Cuernavaca, Cuautla, Pachuca, Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca (mapa 1 y cuadro A). El análisis del sector terciario se efectúa primero en el país y luego en el subsistema, mismo que se subdivide en dos: la ZMCM y la corona del subsistema que incluye las seis zonas metropolitanas mencionadas anteriormente.

**Mapa 1**  
**Subsistema urbano y megalópolis de la Ciudad de México, 1995**



Fuente: Laboratorio de SIG de El Colegio de México.

Por último, cabe señalar que según la metodología desarrollada en Garza (2004: 9-11) la información de censos se uniformó para lograr que los grupos de actividad fueran razonablemente comparables a lo largo del período de estudios y se ajustaron con los datos de cuentas nacionales a fin de que reflejaran mas correctamente las magnitudes macroeconómicas. Los datos absolutos para el período 1980-1998 de los 17 grupos del sector terciario se presentan en los cuadros A-1 a A-30 del apéndice estadístico. A su vez, los cuadros 1 a 7 del primer inciso del trabajo contienen la información para analizar la estructura y especialización del sector terciario en términos de producto interno bruto. Los cuadros 9 a 12 muestran la información sobre la concentración del subsistema. Los cuadros 13 a 15 incluyen las tasas de crecimiento del PIB y los cuadros 16 a 19 los resultados del análisis de cambio y participación.

El trabajo está dividido en tres incisos. En el primero se analiza la estructura y especialización regional del sector terciario; en el segundo se estudia el grado de concentración de dicha actividad en el subsistema; y por último, se investiga la dinámica de crecimiento de las actividades terciarias. Finalmente se presentan las conclusiones seguidas por las referencias y un apéndice estadístico.

Mi primer reconocimiento es para el Dr. Gustavo Garza Villarreal porque su entrañable compromiso hacia la docencia y la investigación ha sido un gran ejemplo de vida y ha hecho posible la culminación de este documento. Extiendo mi gratitud al Dr. Luis Jaime Sobrino Figueroa por la dedicación que mostró como coordinador de la maestría y como lector de este trabajo de investigación. A los maestros y compañeros del Seminario de Especialización III, donde se fueron presentando los avances, mi más sincero agradecimiento por sus valiosos comentarios.

## **1 Estructura y especialización regional del sector terciario**

La Revolución Terciaria implica una reestructuración de la economía que transforma a los servicios demandados por las empresas en las actividades motrices que vinculan a las economías nacionales con el sistema económico global, el cual necesita para su complejo funcionamiento de servicios al productor

altamente tecnificados que se concentran en las principales ciudades (Parnreiter, 2002; Sassen, 2003; Garza, 2003; Aguilar, 2004).

En las grandes metrópolis, efectivamente, el relativo declive de la industria abrió paso a una nueva base económica metropolitana conformada por: i) las funciones de comando del nuevo poder económico, incluidas las relacionadas con el manejo de la economía global, así como la gestión y coordinación de la parte central del proceso de acumulación que incluye las funciones financieras, legales, contables, de gestión, ejecutivas y de planificación de alto nivel, necesarias para dirigir una organización corporativa que opera en múltiples países (Sassen, 2003: 9); ii) la parte más importante de los servicios a las familias (comercio, educación, salud, esparcimiento, etc.); iii) el sector moderno y dinámico de la industria manufacturera; y iv) las actividades orientadas a un mercado interno metropolitano en progresiva reactivación, como consecuencia de la presencia de una demanda más diversificada y sofisticada (De Mattos, 2004).

En este apartado se estudia la estructura y especialización del SUCM entre 1980 y 1998 para determinar en que medida la Revolución Terciaria, anteriormente esquematizada, ha ocurrido y se ha reflejado en la conformación de una aglomeración de tipo policéntrico especializada en servicios. En México, el crecimiento absoluto del PIB de las 17 ramas es significativo. En 1980 se tenían 272.7 miles de millones que pasan a 444.5 en 1998 (cuadro A2). El personal ocupado se eleva de 2.4 a 7.7 millones de personas y los establecimientos de 834 mil a 2.4 millones (cuadros A3 y A4).

El análisis se efectúa con la información de los cuadros 1 a 7. En ellos la información se agrupa en dos grandes divisiones: i) comercio y servicios al productor y ii) comercio y servicios al consumidor. En seguida, se hace referencia a las seis subdivisiones al interior de las mismas: servicios profesionales a empresas y comercio de bienes de capital e intermedios para la gran división I, y comercio de bienes de consumo inmediato, servicios de consumo inmediato, comercio de bienes de consumo duradero y servicios de consumo duradero para la gran división II. Finalmente se hará mención de las principales características de los grupos que conforman cada una de las seis subdivisiones.

### *Estructuración diferenciada en el ámbito regional*

En 1980 la estructura de México mostraba cierto predominio del comercio y los servicios al consumidor, que representaban 57.7% del PIB total del sector, mientras que las actividades orientadas al sector productivo absorbían el 42.3% restante. Sin embargo, a lo largo del período de estudio se observa una creciente importancia del comercio y los servicios al productor: para 1998 representaban 54.4%, es decir que aumentaron su participación 12 puntos porcentuales del PIB terciario, los que disminuyeron las actividades orientadas al consumidor (cuadro 1). En la medida que avanza el crecimiento económico, el comercio y los servicios al productor ganan los puntos porcentuales que pierden los orientados al consumidor. En el período de recuperación relativa (1988-1994) y en el de 1994 a 1998 (recuperación moderada), los primeros crecieron 9.0 y 4.7 puntos porcentuales, evidenciando la relación directa entre el crecimiento económico y el de los servicios al productor, pues entre mayor sea el primero mayor será el de ellos. En cambio, la relación entre desarrollo económico y la dinámica de las actividades orientadas al consumidor es inversa, pues crecen 1.7 puntos durante la década perdida y caen 9.0 y 4.7 puntos cuando la economía se eleva 3.9 y 2.5 por ciento.

Dentro de los servicios al productor el cambio estructural se muestra en la creciente importancia de los profesionales a empresas que de contribuir con 16.2% del PIB terciario en 1980 se elevan a 27.0% en 1998, llegando a cerrar la brecha con el comercio de bienes de capital e intermedios que se mantuvo entre 26.1 y 27.4% durante todo el período de estudio. La expansión de servicios profesionales a empresas mantiene, al igual que las actividades orientadas al productor, una relación directa con la dinámica económica. Durante la década pérdida pierden 2.3 puntos porcentuales, pero en los períodos 1988-1994 y 1994-1998, crecen 9.6 y 3.5 puntos, respectivamente.

## Cuadro 1

### México y Subsistema Urbano de la Ciudad de México: producto interno bruto<sup>a</sup> por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (porcentajes)

Denominación <sup>b</sup>	México				SUCM			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	42.3	40.7	49.7	54.4	48.0	49.0	55.6	61.1
1. Servicios profesionales	16.2	13.9	23.4	27.0	20.8	16.5	28.2	34.5
721 Servicios profesionales a empresas	16.2	13.9	23.4	27.0	20.8	16.5	28.2	34.5
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	26.1	26.8	26.2	27.4	27.3	32.5	27.4	26.6
731 Comercio al mayoreo	10.9	9.6	10.1	8.9	10.0	8.6	7.8	6.4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	15.3	17.2	16.1	18.6	17.3	23.9	19.6	20.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	57.7	59.3	50.3	45.6	52.0	51.0	44.4	39.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	13.1	17.9	11.9	12.0	10.3	13.5	8.7	7.6
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	7.6	10.2	7.1	5.9	5.5	6.9	4.9	4.0
812 Supermercados	4.9	5.7	3.8	4.7	4.6	5.4	3.3	2.9
813 Gasolineras y combustibles.	0.6	2.1	1.0	1.4	0.2	1.2	0.5	0.8
4. Servicios de consumo inmediato	15.6	11.3	12.1	10.0	14.5	10.6	12.5	9.8
821 Preparación de alimentos y bebidas	4.9	4.5	5.2	3.6	4.6	4.3	5.0	2.9
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.4	0.9	1.0	0.7	1.7	0.8	1.0	0.6
823 Recreación y esparcimiento	2.2	0.7	0.8	0.7	2.9	0.7	0.7	0.8
824 Difusión e información	2.9	2.4	2.9	2.9	3.8	3.8	4.6	4.9
825 Hoteles, moteles y posadas	4.2	2.7	2.2	2.1	1.5	1.0	1.1	0.9
5. Comercio de bienes de consumo duradero	21.5	23.4	17.7	16.2	19.9	20.6	14.7	14.3
831 Bienes del hogar y personales	11.8	16.4	12.4	11.4	10.5	13.8	10.0	9.6
832 Tiendas de departamento.	3.6	1.6	1.7	1.2	5.0	2.2	2.0	1.6
833 Automotrices y autopartes	6.1	5.3	3.6	3.5	4.4	4.6	2.7	3.1
6. Servicios de consumo duradero	7.5	6.7	8.6	7.4	7.2	6.2	8.6	7.5
841 Reparaciones	3.4	2.9	2.7	2.7	2.7	2.2	2.2	2.0
842 Educación y cultura privados	1.9	2.2	3.8	3.0	2.3	2.6	4.5	3.6
843 Salud y asistencia social privada	2.2	1.7	2.1	1.7	2.2	1.4	1.9	1.8
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>							

a Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

b Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza

Fuente: Cuadros A1 y A4 del apéndice estadístico.

En cambio, el comercio de bienes de capital e intermedios presenta movimientos insignificantes en los tres períodos, pues los cambios en sus componentes de comercio al por mayor y comercio de equipos e insumos industriales se contrarrestan. Cuando el crecimiento económico es nulo ó hay recesión, el primero disminuye mientras que el último crece y cuando es relativamente elevado, como ocurrió entre 1988 y 1994, el comercio de equipos cae mientras el comercio al por mayor aumenta su participación en el PIB terciario de 9.6 a 10.1 por ciento.

En las actividades orientadas al consumidor, en 1980 México presenta un claro predominio del comercio de bienes de consumo duradero según el PIB, seguido por los servicios y el comercio de bienes de consumo inmediato, y los servicios de consumo duradero. Para 1998 la estructura del comercio y los servicios al consumidor no había cambiado, aunque todos los grupos habían reducido su participación en el PIB terciario. No obstante, al analizar su comportamiento a lo largo del período de estudio se observa un patrón donde el comercio de bienes de consumo inmediato y duradero mantiene una relación inversa con el crecimiento económico, mientras que los servicios de consumo inmediato y duradero, tienen una relación directa. De hecho, aunque entre 1994 y 1998 hubo un crecimiento económico de 2.5%, el efecto de la crisis de 1994 fue mas notorio en las actividades orientadas al consumidor que en los servicios al productor, pues cobraron importancia los bienes de consumo inmediato, actividad que aumenta en períodos recesivos, mientras que los servicios al consumidor y el comercio de bienes de consumo duradero perdieron 1.2 y 2.1 puntos porcentuales.

En el SUCM, las actividades orientadas al consumidor eran prácticamente iguales a las del productor en 1980 y el cambio estructural es más notorio que el nacional, pues en 1998 éstos últimos llegaron a superar en 22.0 puntos porcentuales a los primeros (cuadro 1). Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido en el contexto nacional, la participación del comercio y los servicios al productor en el PIB terciario entre 1980 y 1998 es siempre creciente, aunque más aguda en los períodos de mayor crecimiento económico. Así, aumenta muy poco en la década

perdida (1.0 punto porcentual) en comparación con los 6.6 puntos que gana en el período de recuperación relativa y los 5.5 puntos entre 1994 y 1998. Dentro de las actividades orientadas al productor, los servicios profesionales a empresas, siguiendo la tendencia de la economía nacional, caen 4.3 puntos porcentuales entre 1980 y 1988, pero crecen significativamente entre 1988 y 1994 (11.7 puntos) y un poco menos en la recuperación moderada (6.4 puntos). Por su parte, la participación del comercio de bienes de capital en el PIB terciario se mueve de manera inversa, pues aumenta cuando la economía crece 0.1% y disminuye entre 1988 y 1998.

En las actividades orientadas al consumidor ocurre, a diferencia del contexto nacional, una reducción permanente de la participación del comercio y los servicios al consumidor, la cual se acelera en los períodos de mayor actividad económica. Así, durante la década perdida cae apenas 1.0 punto porcentual, mientras que pierde 6.6 y 5.3 puntos durante los períodos de recuperación relativa y de recuperación moderada. La importancia del comercio, tanto de bienes de consumo inmediato como duradero, crece durante la etapa de cero crecimiento, pero cae a partir de entonces. Sin embargo, el comercio de bienes duraderos se mantiene como la actividad más importante de las orientadas al consumidor al contribuir con 14.3% del PIB terciario en 1998. En cambio, los servicios de consumo inmediato y duradero caen durante la década pérdida y en el período de recuperación moderada, pero los de consumo inmediato llegan a superar al comercio de bienes de consumo inmediato en 1998 (9.8 y 7.6%, respectivamente; cuadro 1).

En la ZMCM se observa una estructura más orientada al comercio y los servicios al productor que la nacional en 1980 (49.1 y 42.3%), mientras que la corona regional mostraba un comportamiento opuesto con 63.4% del PIB terciario en actividades orientadas al consumidor frente a 57.7% del país (cuadros 1 y 2).

## Cuadro 2

### Zona Metropolitana de la Ciudad de México y Corona del subsistema: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (porcentajes)

Denominación <sup>a</sup>	ZMCM				Corona del subsistema			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	49.1	50.4	57.5	63.6	36.6	37.5	40.4	41.5
1. Servicios profesionales	22.0	17.1	29.7	36.8	6.6	11.4	15.6	17.0
721 Servicios profesionales a empresas	22.0	17.1	29.7	36.8	6.6	11.4	15.6	17.0
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	27.0	33.3	27.7	26.8	30.0	26.1	24.8	24.9
731 Comercio al mayoreo	9.7	8.6	7.7	6.1	12.9	9.2	8.6	9.3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	17.3	24.7	20.0	20.7	17.2	16.9	16.1	15.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	50.9	49.6	42.5	36.4	63.4	62.5	59.6	60.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	9.8	12.6	8.0	6.7	15.7	20.7	14.3	14.5
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	5.3	6.3	4.5	3.6	6.9	11.3	8.1	6.9
812 Supermercados	4.3	5.1	3.1	2.5	8.5	7.9	5.0	5.9
813 Gasolineras y combustibles.	0.2	1.2	0.4	0.6	0.3	1.5	1.3	1.8
4. Servicios de consumo inmediato	14.6	10.8	12.5	9.5	13.3	9.6	11.8	11.8
821 Preparación de alimentos y bebidas	4.4	4.4	4.8	2.8	6.3	4.2	5.9	3.9
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.7	0.8	1.0	0.6	1.7	1.1	1.3	0.8
823 Recreación y esparcimiento	3.1	0.6	0.7	0.7	1.0	1.6	1.4	1.0
824 Difusión e información	4.0	4.1	5.0	4.6	1.7	1.0	1.4	7.0
825 Hoteles, moteles y posadas	1.4	0.9	1.0	0.7	2.7	1.7	1.9	1.9
5. Comercio de bienes de consumo duradero	19.4	20.2	13.9	13.3	25.8	24.6	21.1	22.3
831 Bienes del hogar y personales	10.3	13.3	9.4	9.1	13.3	17.9	14.6	14.0
832 Tiendas de departamento.	5.3	2.4	2.0	1.6	2.0	0.9	1.5	1.6
833 Automotrices y autopartes	3.8	4.4	2.5	2.6	10.5	5.8	4.9	6.7
6. Servicios de consumo duradero	7.1	6.1	8.1	6.9	8.5	7.6	12.5	11.7
841 Reparaciones	2.7	2.2	2.1	1.8	3.4	2.4	3.0	3.5
842 Educación y cultura privados	2.3	2.5	4.2	3.3	2.3	3.4	6.5	6.3
843 Salud y asistencia social privada	2.2	1.3	1.8	1.8	2.8	1.9	2.9	1.6
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza  
Fuente: Cuadros A7 y A10 del apéndice estadístico.

El cambio estructural en la ZMCM se observa en la pérdida de 14 puntos porcentuales que entre 1980 y 1998 experimentan las actividades orientadas al consumidor, los mismos que ganan las del productor, para acabar en 36.4% frente a 45.6% conseguido en el contexto nacional. Al igual que en el subsistema, la caída de las primeras y la creciente importancia de las segundas ocurre durante todo el período, aunque se acelera siguiendo el ritmo de la actividad económica. En la corona, en cambio, la transformación estructural es menos evidente, pues el comercio y los servicios al productor apenas ganan 5.0 puntos porcentuales del PIB terciario en todo el período de estudio, mientras que los del consumidor siguen prevaleciendo con 60.4% del PIB total en 1998 contra 45.6% experimentado a escala nacional (cuadros 1 y 2). De modo que el cambio estructural en el subsistema se debe fundamentalmente a la transformación de la base económica de la Ciudad de México.

Cabe señalar la creciente importancia de los servicios profesionales a empresas, tanto en la ZMCM como en la corona del subsistema, puesto que entre 1980 y 1998 aumentaron su contribución al PIB terciario en 15 y 10 puntos porcentuales, respectivamente, hasta alcanzar 36.8 y 17.0%. No obstante, en la primera la importancia de éstos aumentó significativamente entre 1988 y 1994 (12.6 puntos) y un poco menos, pero de manera significativa, entre 1994 y 1998 (7.0 puntos), mientras que en la corona el aumento fue constante pero decreciente, ya que de elevarse 4.8 puntos en la década perdida, lo hace en 4.2 entre 1988 y 1994, y sólo 1.4 entre 1994 y 1998 (cuadro 2).

En las actividades orientadas al consumidor, el comercio de bienes de consumo duradero es la más importante a lo largo del período estudiado, tanto en la ZMCM como en la corona, pero su tendencia respecto al crecimiento económico es diferente en los dos ámbitos. En la primera, la participación del comercio de bienes de consumo inmediato y duradero en el PIB aumenta cuando el crecimiento es nulo entre 1980 y 1988, mientras que disminuye en los períodos siguientes. En la segunda, dicha actividad presenta una relación inversa al crecimiento económico en los primeros dos períodos, pero entre 1994 y 1998 crece al igual que ocurre en el país (cuadros 1 y 2). Por su parte, el comercio de bienes de

consumo duradero sólo se comporta anti-cíclicamente en la década perdida, para luego aumentar entre 1988 y 1998.

La importancia de los servicios, tanto de consumo inmediato como duradero, parece resentir los efectos de la crisis de 1994, pues en lugar de aumentar con el relativo crecimiento de la economía disminuye en el período de recuperación moderada, aunque la mayor pérdida ocurre en la ZMCM que de 12.5 y 8.1% en 1993 pasó a 9.5 y 6.9 en 1998 (una disminución de 3.0 y 1.2 puntos, respectivamente), mientras que en la corona pierden 0.0 y 0.8 puntos, respectivamente (cuadro 2).

Al interior de la corona se observa un claro cambio estructural en las Zonas Metropolitanas de Querétaro (ZMQ) y Pachuca (ZMP), puesto que entre 1980 y 1998 las actividades orientadas al productor aumentaron su participación en el PIB terciario al pasar de 25.6 y 26.2 en 1980 a 47.0 y 37.4% en 1998, lo cual significó un aumento de 21.0 y 11.0 puntos porcentuales, respectivamente, mientras que las actividades orientadas al consumidor los redujeron en dichas magnitudes. Sin embargo, mientras que en la primera el aumento de la participación del comercio y los servicios al productor en el PIB terciario se constata en todo el período, en la segunda ocurre una pérdida de 4.3 puntos porcentuales entre 1994 y 1998. La importancia de los servicios profesionales a empresas se elevó particularmente en la ZMQ al pasar de 4.3% del PIB terciario en 1980 a 18.8 en 1998, superando incluso la contribución de dicha actividad al PIB generado en la corona del subsistema. Asimismo, su relación con la dinámica económica es aceptablemente clara pues -excepto en el período de crecimiento cero donde se observa una tendencia anticíclica importante al crecer su participación en 5.3 puntos porcentuales- aumentan 7.0 puntos en el período de mayor crecimiento económico (pasando de 9.6 a 16.3%) y 2.4 entre 1994 y 1998. En cambio, en la ZMP, los servicios a las empresas aumentan su participación entre 1980 y 1994, para luego caer en 4.3 puntos en el período de recuperación moderada. También, resulta significativo que en ambas zonas metropolitanas la contribución del comercio de bienes de capital e intermedios crece entre 1980 y 1998, mientras cae en el

subsistema y en la corona, además de que en ellas existe una tendencia a aumentar su participación aún durante la década perdida (cuadros 3 y 4).

En las zonas metropolitanas de Cuernavaca (ZMC), Cuautla (ZMCU) y Toluca (ZMT), el cambio estructural hacia los servicios al productor también se evidencia, aunque en menor magnitud que en las dos zonas mencionadas anteriormente (su participación en el PIB terciario aumentó entre 7 y 8 puntos porcentuales a lo largo del período de estudio al crecer de 28.5, 23.2 y 27.7% en 1980 a 35.7, 31.3 y 36.2% en 1998). En la Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala (ZMP-T) dicha transformación ya se observaba en 1980, pues las actividades al productor representaban 49.8% de su producción terciaria, es decir, el doble de lo que cualquiera de las zonas de la corona tenía en dicho año. Sin embargo, a diferencia de las demás zonas, la participación del comercio y los servicios al consumidor aumenta en seis puntos porcentuales entre 1980 y 1998, mientras cae la del comercio y los servicios al productor dada la importante disminución del PIB del comercio de bienes de capital e intermedios que de representar 39.9% en 1980 se desploman a 27.4 en 1998<sup>10</sup> (cuadros 3 y 4).

En cuanto a las actividades orientadas al consumidor, las zonas metropolitanas de Puebla-Tlaxcala, Querétaro, Cuernavaca y Pachuca tuvieron un claro predominio del comercio de bienes de consumo duradero, mientras que las zonas metropolitanas de Toluca (entre 1980 y 1988) y Cuautla (en 1988 y 1998) muestran el predominio del comercio de bienes de consumo inmediato.

---

<sup>10</sup> A pesar del aumento de ocho puntos porcentuales entre 1980 y 1998, los servicios profesionales a empresas no alcanzaron a compensar la brusca caída del comercio de bienes de capital e intermedios, por lo que ocurrió la reducción de la contribución del comercio y los servicios al productor en dicha zona metropolitana.

### Cuadro 3

#### Zonas Metropolitanas de Cuernavaca, Cuautla y Pachuca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (porcentajes)

Denominación <sup>a</sup>	ZMC				ZMCU				ZMP			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	28.5	28.3	37.4	35.7	23.2	17.4	23.2	31.3	26.2	32.4	41.6	37.4
1. Servicios profesionales	7.3	11.2	15.7	18.1	6.5	5.6	6.6	11.8	3.9	6.5	16.0	11.7
721 Servicios profesionales a empresas	7.3	11.2	15.7	18.1	6.5	5.6	6.6	11.8	3.9	6.5	16.0	11.7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	21.2	17.1	21.8	17.5	16.6	11.8	16.6	20.0	22.3	25.9	25.6	26.5
731 Comercio al mayoreo	7.4	12.2	9.7	8.7	-4.9	5.1	4.5	7.5	3.1	22.0	16.7	18.4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	13.8	5.0	12.1	8.8	21.5	6.7	12.1	12.5	19.2	3.9	8.9	8.1
	0.0	0.0	0.0	0.0								
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	71.5	71.7	62.6	67.1	76.8	82.6	76.8	72.1	73.8	67.6	58.4	65.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	16.9	22.8	14.6	20.5	15.4	32.1	19.2	26.8	9.3	15.5	15.7	18.2
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	5.8	9.9	7.9	8.3	-11.6	30.2	13.0	13.0	-6.4	11.9	9.5	8.7
812 Supermercados	11.9	12.1	5.3	9.4	20.7	1.1	5.3	10.3	11.2	3.4	5.4	8.1
813 Gasolineras y combustibles.	-0.8	0.9	1.5	2.8	6.3	0.8	0.9	3.5	4.5	0.3	0.8	1.4
4. Servicios de consumo inmediato	18.2	9.8	13.9	14.8	34.3	17.6	24.0	21.2	18.8	23.8	8.2	12.1
821 Preparación de alimentos y bebidas	8.3	4.9	7.9	5.1	15.5	7.9	8.4	1.9	4.4	3.4	4.3	5.0
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.5	1.0	1.2	0.9	1.6	1.0	1.2	0.7	3.0	1.5	1.3	1.0
823 Recreación y esparcimiento	1.0	0.6	1.8	1.3	5.2	0.0	3.3	3.2	7.3	17.4	0.8	0.8
824 Difusión e información	2.2	0.5	0.9	4.7	0.9	0.6	0.7	2.5	1.0	1.0	0.6	4.8
825 Hoteles, moteles y posadas	5.1	2.9	2.0	3.2	11.1	8.0	10.6	9.9	3.1	0.5	1.1	1.5
5. Comercio de bienes de consumo duradero	25.6	31.0	20.7	18.6	19.0	25.9	25.7	18.0	32.2	22.2	22.2	21.8
831 Bienes del hogar y personales	15.3	24.8	15.0	13.0	16.9	21.8	19.7	15.0	16.0	16.6	16.1	16.2
832 Tiendas de departamento.	0.4	0.2	1.3	1.7	0.2	0.7	0.0	0.1	3.7	0.6	0.5	1.2
833 Automotrices y autopartes	9.8	6.0	4.4	3.9	2.0	3.4	6.0	3.0	12.5	5.0	5.7	4.5
6. Servicios de consumo duradero	10.8	8.0	13.4	13.5	8.1	7.0	7.9	6.7	13.5	6.1	12.3	12.7
841 Reparaciones	3.8	2.2	2.8	3.2	5.1	4.2	2.9	3.1	5.4	3.0	3.1	4.0
842 Educación y cultura privados	2.5	3.8	7.1	7.4	0.9	1.2	2.8	2.4	3.9	1.5	6.2	6.0
843 Salud y asistencia social privada	4.5	2.0	3.5	2.3	2.1	1.6	2.2	1.4	4.2	1.5	3.0	2.6
	0.0	0.0	0.0	0.0								
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza

Fuente: Cuadros A13, A16 y A19 del apéndice estadístico.

## Cuadro 4

### Zonas Metropolitanas de Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (porcentajes)

Denominación <sup>b</sup>	ZMP-T				ZMQ				ZMT			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	49.8	40.9	42.7	45.1	25.6	39.6	42.5	47.0	27.7	43.7	39.0	36.2
1. Servicios profesionales	9.9	16.2	15.5	18.2	4.3	9.6	16.3	18.8	1.9	6.1	16.9	14.7
721 Servicios profesionales a empresas	9.9	16.2	15.5	18.2	4.3	9.6	16.3	18.8	1.9	6.1	16.9	14.7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	39.9	24.6	27.2	27.4	21.3	30.0	26.2	28.7	25.8	37.6	22.1	21.9
731 Comercio al mayoreo	17.9	5.1	8.6	9.6	2.3	11.9	7.0	5.5	16.6	9.5	7.6	10.5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	22.0	19.6	18.6	17.8	19.0	18.1	19.1	23.3	9.1	28.1	14.5	11.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	50.2	59.1	57.3	56.3	74.4	60.4	57.5	54.1	72.3	56.3	61.0	66.5
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	9.4	19.2	12.6	10.9	9.2	18.4	12.1	13.8	29.4	22.4	18.4	15.3
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	4.7	9.8	6.8	6.0	3.0	9.5	7.2	5.7	18.0	12.9	10.4	7.2
812 Supermercados	4.2	8.1	4.7	3.6	9.1	5.7	4.1	5.9	11.2	7.8	5.8	6.5
813 Gasolineras y combustibles.	0.5	1.3	1.1	1.3	-2.9	3.1	0.8	2.2	0.3	1.8	2.1	1.6
4. Servicios de consumo inmediato	8.9	8.1	10.3	9.6	14.4	10.3	12.5	11.8	13.1	5.9	11.1	12.3
821 Preparación de alimentos y bebidas	2.8	3.6	4.7	3.5	5.2	5.3	6.3	4.0	10.2	3.4	6.2	4.0
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.8	1.2	1.3	0.9	1.1	0.7	1.0	0.6	1.9	1.2	1.5	0.9
823 Recreación y esparcimiento	0.8	0.7	1.1	0.6	0.0	0.7	1.0	0.6	-0.2	0.4	1.7	1.7
824 Difusión e información	2.2	1.5	1.6	5.7	1.5	1.1	2.0	9.1	0.8	0.5	1.0	9.8
825 Hoteles, moteles y posadas	1.3	1.1	1.6	1.3	6.6	2.5	2.3	2.1	0.3	0.4	0.6	1.1
5. Comercio de bienes de consumo duradero	24.5	22.8	19.9	21.5	37.1	24.8	19.2	18.7	23.7	22.4	24.2	29.5
831 Bienes del hogar y personales	9.5	16.9	13.0	14.2	15.5	17.3	13.6	12.3	16.6	13.5	16.9	15.0
832 Tiendas de departamento.	3.7	0.9	1.8	2.1	3.2	2.2	1.7	1.4	-0.4	0.6	1.7	1.1
833 Automotrices y autopartes	11.4	5.0	5.1	5.2	18.3	5.3	3.9	5.0	7.5	8.2	5.6	13.5
6. Servicios de consumo duradero	7.3	9.0	14.5	14.2	13.7	6.9	13.7	10.0	6.1	5.6	7.3	8.5
841 Reparaciones	2.9	2.7	2.7	3.7	3.5	0.0	3.4	2.9	3.3	2.7	3.8	3.6
842 Educación y cultura privados	1.8	3.9	8.2	8.6	7.8	5.2	8.4	5.4	0.7	1.7	1.5	3.5
843 Salud y asistencia social privada	2.6	2.3	3.6	1.4	2.5	1.7	1.9	1.5	2.0	1.2	2.0	1.6
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza

Fuente: Cuadros A22, A25 y A28 del apéndice estadístico.

La estructura de los 17 grupos terciarios en términos de personal ocupado muestra en todos los ámbitos que el empleo ha aumentado en las actividades orientadas al productor en los 28 años transcurridos de 1980 a 1998.<sup>11</sup> En contraste con lo que ocurre en términos de PIB, son más importantes las ramas de comercio y servicios al consumidor en la medida que absorben más empleados que las orientadas al productor. No obstante, destaca que la ZMCM absorbe menos empleo en las actividades orientadas al consumidor que el resto de las zonas metropolitanas del subsistema (cuadros A9, A12, A15, A18, A21, A24, A27 y A30).

El número de establecimientos muestra, por otra parte, que tanto a escala nacional como en el subsistema los establecimientos comerciales y de servicios orientados al consumidor representan alrededor de 90.0% de los negocios terciarios establecidos entre 1980 y 1998. Sin embargo, se puede deducir que a pesar de contribuir con sólo 10.0% de los establecimientos terciarios, los establecimientos de comercio y servicios al productor son más grandes y modernos dado que generan en promedio en México y el subsistema 47.0 y 53.0% del PIB terciario total, respectivamente. Asimismo, a diferencia de los otros conceptos censales, los establecimientos arrojan una similitud entre todas las zonas metropolitanas del subsistema, incluyendo la ZMCM.

Se puede decir que la terciarización y la tendencia a un crecimiento de las actividades orientadas al productor experimentada en el país también tuvo lugar en el SUCM, aunque de manera diferenciada puesto que si bien ésta fue más notoria en la ZMCM, la ZMQ y la ZMP, el resto de las zonas metropolitanas —excepto la ZMP-T que ya tenía una estructura de este tipo en 1980— apenas empiezan a tener una transformación de su base económica y las actividades orientadas al consumidor siguen contribuyendo con gran proporción de su PIB terciario. Específicamente, la creciente importancia de los servicios profesionales a empresas aparece como una constante en todo el subsistema, aunque claramente resultan más significativos en la ZMCM.

---

<sup>11</sup> Los cálculos de la estructura en términos de personal ocupado y número de establecimientos no se presentan por razones de limitaciones de espacio y el análisis se centra en la estructura con base en el PIB, pero se calcularon a partir de la información de los cuadros del apéndice estadístico.

En términos generales, las actividades comerciales aumentan su participación en el PIB terciario cuando la dinámica económica es recesiva o de crecimiento nulo y se reduce durante los períodos de crecimiento moderado ó elevado, mientras que los servicios al productor mantienen una relación directa con el crecimiento económico. No obstante, en el SUCM, a diferencia de lo que ocurre en el ámbito nacional, éstos últimos incrementan su importancia aún durante períodos de escaso ó nulo crecimiento, particularmente debido a la tendencia observada en la ZMCM, Cuernavaca, Pachuca, Querétaro y Toluca.<sup>12</sup>

### *Especialización metropolitana diferenciada*

El índice de especialización económica (IEE) utilizado en esta sección mide la importancia relativa de cada grupo del sector servicios en el SUCM y las zonas metropolitanas que lo conforman, con relación a su importancia en el país.<sup>13</sup> Mediante su utilización, con las reservas del caso que se desprenden de sus supuestos, únicamente se pretende estimar las actividades en que se especializa la ciudad.<sup>14</sup>

Un IEE de 1.00 significa que no hay una especialización en la economía metropolitana en cuestión para cada grupo terciario particular. Valores significativamente menores a 1.00 indican que no hay especialización y superiores a 1.00 que sí ocurre. De modo que el IEE que supere la unidad podría considerarse

---

<sup>12</sup> En las zonas metropolitanas de Cuernavaca, Pachuca y Toluca ocurre la tendencia contraria entre 1994 y 1998 pues en vez de aumentar la participación del comercio y los servicios al productor, se reduce.

<sup>13</sup> Para determinar los grupos en los que se especializan las zonas metropolitanas y el SUCM se utilizó el IEE propuesto por Hildebrand y Mace (1950: 341-349) que divide la participación de cada grupo en el PIB terciario total de la zona metropolitana en cuestión por la participación del mismo grupo a escala nacional, es decir:

$$IE = [PIB_{ij}/PIB_{tj}]/[PIB_{im}/PIB_{tm}]$$

Donde:

PIB<sub>ij</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en la zona metropolitana *j*

PIB<sub>tj</sub> es el PIB terciario total de la zona metropolitana *j*

PIB<sub>im</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en México

PIB<sub>tm</sub> es el PIB terciario total en México

<sup>14</sup> Según Mattila y Thompson (1950), el IEE se utiliza para identificar la base económica de una ciudad, pues en esencia indica la importancia de una industria en una localidad con relación a la importancia de dicha industria a escala nacional. De modo que, el índice es comúnmente empleado como un indicador de la orientación de mercado de una industria local (es decir, si es exportadora ó de servicio local).

como indicador del “grado de especialización”, esto es, un índice de 1.15 podría interpretarse en forma porcentual como un 15.0% de especialización. Las divergencias por arriba ó por debajo de este parámetro pueden reflejar el efecto combinado de cuatro influencias: primero, las diferencias en los coeficientes de los insumos de la actividad local y nacional; segundo, las diferencias en la cantidad y calidad de los servicios productivos, incluyendo los recursos naturales; tercero, las diferencias en las funciones de demanda de las dos áreas, las cuales reflejarán las diferencias en los gustos, niveles y distribución del ingreso; por último, diferencias en los costos de distribución, que en ciertos casos influyen para la concentración de las actividades (Hildebrand y Mace, 1950: 243-244).

Sin embargo, para inferir la especialización local y la capacidad exportadora a partir de un índice mayor a 1.00 se requiere establecer los siguientes supuestos: i) que los bienes que se exportan en una localidad no se importan de manera simultánea; ii) que la productividad es idéntica en todas las regiones; iii) que los patrones de consumo son idénticos en todo el país<sup>15</sup>; iv) que no hay diferenciación del producto; y v) que no hay comercio internacional (Blair, 1995:108-109)<sup>16</sup>. Tomando en consideración que el IEE es sólo un indicador muy general y que se pretende únicamente identificar un patrón de especialización intra-megalopolitano relativo, a continuación se presentan los resultados encontrados.

En 1980 el SUCM se encontraba especializado en siete grupos, dos de los cuales pertenecían a las actividades orientadas al productor (servicios profesionales a empresas y comercio de bienes de equipos e insumos industriales) y cinco a actividades orientadas principalmente a servicios al consumidor. Para 1998 el panorama no había cambiado mucho, pues el

---

<sup>15</sup> Aunque, el consumo local de un bien ó servicio puede desviarse del promedio nacional debido a uno ó todos de los siguientes factores: diferencias en el patrón de gustos, niveles de ingreso ó patrones de precios relativos (Mattila y Thompson, 1950: 334).

<sup>16</sup> De este modo, si no se cumplen los supuestos las interpretaciones del índice pueden variar. Primero, un IEE con valor igual a 1.00 no implica sólo una auto-suficiencia local, también podría significar que se exporta exactamente la misma cantidad que se importa de un bien dado. Segundo, una localidad puede tener un índice menor a 1.00 si los trabajadores son más productivos y aún cuando sea una actividad exportadora. Mientras que un sector poco productivo puede tener un índice elevado y sólo producir para el consumo local. Tercero, si existen variaciones significativas de los niveles de demanda, los IEE pueden no reflejar las exportaciones e importaciones, pues pueden ser elevados dado el gran consumo local y no porque el bien se exporte. Cuarto, el nivel de exportaciones estimado depende del nivel de detalle que se utiliza en la clasificación de las actividades, ya que entre menor sea el nivel de desagregación más se acercarán los índices a 1.00 (Blair, 1995: 110-111).

subsistema continuaba especializado en siete ramas que ahora por primera vez incorporaban las actividades de salud y asistencia social privadas. Las actividades de servicios profesionales a empresas, comercio de equipos e insumos industriales, difusión e información, y educación y cultura privados mantuvieron su especialización durante todo el período de estudio, mientras que las ramas de recreación y esparcimiento, y servicios de aseo y limpieza, fueron las únicas con un comportamiento irregular, ya que perdieron y ganaron su especialización en varias ocasiones (cuadro 5).

Las actividades de difusión e información fueron las que mayor especialización mostraron entre 1980 y 1998 pues su índice pasó de 1.33 a 1.69 entre 1980 y 1998, seguidas por las tiendas departamentales —que a partir de 1993 fueron superadas por los servicios profesionales a empresas—, el comercio de equipos e insumos industriales y, por último, la educación y cultura privadas.

En términos de personal ocupado<sup>17</sup> la tendencia a una menor especialización del subsistema en actividades orientadas al productor es más contundente, dado que su caída fue constante a lo largo del período de estudio, particularmente debido a que después de 1980 no volvió a estar especializado en comercio al por mayor. Sin embargo, no hay que olvidar que dicho resultado es también consecuencia del supuesto implícito de igual productividad, y que actividades con elevados niveles de productividad, e incluso exportadoras, pueden tener índices menores a uno.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Los índices de especialización con base en personal ocupado y en establecimientos no se presentan por razones de limitaciones de espacio y el análisis se centra en la especialización con base en el PIB, pero se calcularon a partir de la información de los cuadros del apéndice estadístico.

<sup>18</sup> Para eliminar estos problemas que ocasionan las diferencias de productividad del trabajo en un IIE calculado con datos de empleo, Blair recomienda utilizar datos de valor agregado ó producto total para calcular los índices (1995: 110).

## Cuadro 5

### Subsistema urbano, Zona Metropolitana de la Ciudad de México y Corona del subsistema: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(índices de especialización <sup>a</sup>)

Denominación <sup>b</sup>	SUCM				ZMCM				Corona			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1.13	1.20	1.12	1.12	1.16	1.24	1.16	1.17	0.86	0.92	0.81	0.76
1. Servicios profesionales	1.28	1.19	1.20	1.28	1.36	1.23	1.27	1.36	0.41	0.82	0.67	0.63
721 Servicios profesionales a empresas	1.28	1.19	1.20	1.28	1.36	1.23	1.27	1.36	0.41	0.82	0.67	0.63
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1.04	1.21	1.04	0.97	1.03	1.24	1.06	0.98	1.15	0.97	0.94	0.91
731 Comercio al mayoreo	0.92	0.90	0.77	0.73	0.89	0.89	0.76	0.69	1.18	0.95	0.85	1.04
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1.13	1.39	1.22	1.09	1.13	1.44	1.24	1.12	1.12	0.99	1.00	0.84
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	0.90	0.86	0.88	0.86	0.88	0.84	0.84	0.80	1.10	1.05	1.18	1.33
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	0.79	0.75	0.73	0.64	0.75	0.70	0.67	0.56	1.20	1.15	1.21	1.22
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	0.72	0.68	0.69	0.68	0.71	0.62	0.63	0.61	0.91	1.11	1.15	1.17
812 Supermercados	0.95	0.95	0.88	0.61	0.88	0.89	0.83	0.53	1.76	1.38	1.31	1.26
813 Gasolineras y combustibles.	0.33	0.59	0.48	0.55	0.32	0.58	0.39	0.46	0.48	0.72	1.21	1.28
4. Servicios de consumo inmediato	0.93	0.95	1.03	0.97	0.94	0.96	1.04	0.95	0.86	0.86	0.97	1.18
821 Preparación de alimentos y bebidas	0.93	0.96	0.94	0.80	0.89	0.96	0.92	0.76	1.28	0.92	1.12	1.09
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.20	0.89	1.06	0.96	1.20	0.85	1.03	0.92	1.23	1.21	1.31	1.28
823 Recreación y esparcimiento	1.32	0.97	0.93	1.09	1.40	0.80	0.84	1.05	0.44	2.34	1.72	1.42
824 Difusión e información	1.33	1.58	1.59	1.69	1.39	1.72	1.73	1.60	0.58	0.42	0.47	2.41
825 Hoteles, moteles y posadas	0.36	0.38	0.50	0.41	0.33	0.35	0.46	0.35	0.64	0.63	0.87	0.91
5. Comercio de bienes de consumo duradero	0.93	0.88	0.83	0.88	0.90	0.86	0.78	0.82	1.20	1.05	1.19	1.38
831 Bienes del hogar y personales	0.89	0.84	0.80	0.84	0.87	0.81	0.76	0.79	1.13	1.09	1.17	1.23
832 Tiendas de departamento.	1.41	1.37	1.14	1.27	1.48	1.47	1.18	1.27	0.56	0.54	0.89	1.26
833 Automotrices y autopartes	0.72	0.86	0.77	0.88	0.63	0.83	0.69	0.75	1.73	1.09	1.39	1.92
6. Servicios de consumo duradero	0.96	0.93	0.99	1.00	0.95	0.90	0.94	0.93	1.13	1.13	1.44	1.57
841 Reparaciones	0.82	0.77	0.83	0.73	0.80	0.76	0.79	0.66	1.01	0.82	1.14	1.27
842 Educación y cultura privados	1.19	1.21	1.16	1.22	1.19	1.17	1.09	1.10	1.21	1.54	1.69	2.12
843 Salud y asistencia social privada	0.99	0.84	0.90	1.04	0.97	0.80	0.84	1.06	1.24	1.13	1.37	0.93

<sup>a</sup> El índice de especialización se calculó de la siguiente manera:

$$IE = [PIB_j/PIB_{tj}]/[PIB_{im}/PIB_{tm}]$$

Donde:

PIB<sub>j</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en la zona metropolitana *j*

PIB<sub>tj</sub> es el PIB terciario total de la zona metropolitana *j*

PIB<sub>jm</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en México

PIB<sub>tm</sub> es el PIB terciario total en México

<sup>b</sup> Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros 1 y 2

El índice según número de establecimientos confirma la tendencia del subsistema a perder su especialización en comercio y servicios al productor, especialmente en servicios profesionales a empresas. En cambio, resalta la importancia del subsistema en educación y cultura privadas como en servicios de aseo y limpieza. No obstante, a diferencia de lo que ocurre en la ZMCM (de estar 27.0% más especializada que la nación en 1980, dejó de estarlo en 1998) en la corona se mantiene la especialización en las actividades orientadas al productor (3.0% superior a la nacional en 1998) a pesar de que entre 1988 y 1993 no lo estuvo más en servicios profesionales a empresas, pues en los mismos años ocurrió una elevada especialización en comercio de bienes de capital e intermedios.

La tendencia de especialización del SUCM en actividades orientadas al productor parece descansar por completo en el comportamiento de la ZMCM pues entre 1980 y 1998 tuvo IEE que oscilaron entre 1.16 y 1.24 (cuadro 5). Dentro de dichas actividades destaca que, a partir de 1993, los servicios profesionales a empresas se convirtieron, después de los servicios de difusión e información, en la actividad más importante, sobrepasando por primera vez al comercio en tiendas de departamento, actividad en la que tradicionalmente se especializaba la ZMCM. Por su parte, el comercio de equipos e insumos industriales cobró importancia después de 1980, cuando pasó de ser la sexta a la tercera actividad con el más alto índice de especialización, aunque en 1998 cayó al cuarto lugar desplazado por el comercio en tiendas departamentales.

La situación de la corona fue por completo diferente a la del subsistema. Primero, porque se especializó en un mayor número de ramas y, segundo porque la especialización se concentró en las actividades orientadas al consumidor puesto que la importancia del comercio de bienes y equipos industriales, y del comercio al por mayor sólo tuvo lugar en 1980, aunque en ésta última se observa una ligera recuperación en su índice en 1998 (1.04). De hecho, la especialización de la corona en actividades orientadas al productor fue cada vez menor respecto a la nacional a lo largo del período de estudio, ya que de tener un IEE de 0.86 en 1980, alcanzó su mínimo en 1998 cuando fue de 0.76 (Cuadro 5). En cuanto a las ramas

especializadas, entre 1980 y 1998 el número de éstas aumentó en la corona y después de la reducción que ocurrió entre 1980 y 1988 cuando dos de las diez ramas perdieron la especialización,<sup>19</sup> el número llegó a trece en 1998, abarcando un mayor número de actividades en todos los grupos de comercio y servicios al consumidor, en cambio la ZMCM sólo se encontraba especializada en seis ramas. Lo anterior se explica por la significativamente elevada participación de las actividades orientadas al productor en el PIB terciario de la ZMCM, mientras que en la corona existe una estructura más distribuida entre todas sus actividades y por ello se especializa en un mayor número de ramas.

A diferencia del subsistema y la ZMCM, la corona se especializa en actividades más tradicionales, como el comercio de alimentos, bebidas y tabaco, los supermercados, las gasolineras, la preparación de alimentos y bebidas, los servicios de aseo y limpieza, recreación y esparcimiento, el comercio de bienes del hogar y personales, las automotrices, las reparaciones y los servicios de salud.<sup>20</sup> No obstante, en las ramas donde la ZMCM y la corona coinciden estando especializadas, los índices son mayores en la corona, como en educación y cultura privadas y en difusión e información.<sup>21</sup>

En las seis zonas metropolitanas que conforman la corona del subsistema se observa también una gran cantidad de ramas especializadas, particularmente de las actividades orientadas al consumidor (cuadros 6 y 7). Cuernavaca fue la que contó con el mayor número de ramas especializadas, llegando a tener en 1998 índices de entre 1.19 y 2.49 en todas las ramas de las actividades orientadas al consumidor. Pachuca le siguió aunque, a diferencia de la ZMC, una actividad orientada al productor mostró particular importancia: entre 1988 y 1998 el comercio al mayoreo fue la rama que alcanzó los más altos índices de especialización (2.29, 1.65 y 2.07, cuadro 6).

---

<sup>19</sup> Estas fueron las pertenecientes al comercio de bienes de capital e intermedios (cuadro 5).

<sup>20</sup> La corona pierde la especialización en servicios de salud y asistencia social privados en 1998, justo cuando la ZMCM empieza a estar especializada en dicha rama.

<sup>21</sup> La corona empezó a estar especializada en servicios de difusión e información en 1998, pero en este año su índice fue superior al del subsistema y al de la ZMCM en 0.72 y 0.81 puntos, respectivamente.

Querétaro tuvo entre nueve y diez ramas especializadas en los 28 años que abarca el período de estudio. Los servicios de educación y cultura privados fueron sin duda la rama más importante de entre las 17 del sector terciario (cuadro 7). Sin embargo, después de la ZMP, mostró una elevada especialización en una actividad orientada al productor: el comercio de equipos e insumos industriales. Las zonas metropolitanas de Puebla-Tlaxcala y Toluca también se especializaron en comercio y servicios al productor, y aún cuando los índices de la ZMP-T en el comercio de equipo e insumos industriales fueron mayores que los de la ZMQ entre 1980 y 1988, a partir de entonces su especialización fue menor e incluso desapareció en 1998. Por su parte la especialización en la ZMT alternó entre el comercio al mayoreo y el de equipos e insumos industriales.

Cuatla, al igual que Cuernavaca se especializó sólo en actividades orientadas al consumidor, predominantemente en hoteles, moteles y posadas que tuvieron los IEE más elevados de entre las demás zonas metropolitanas (cuadro 6) y en recreación y esparcimiento.

De este modo, a pesar de que todas las zonas metropolitanas de la corona se especializan en un mayor número de ramas pertenecientes a actividades orientadas al consumidor, el análisis de su estructura en el inciso anterior y los índices de especialización muestran diferencias que permiten agruparlas de la siguiente manera:

- Cuernavaca y Cuatla son metrópolis de servicios turísticos, educativos y culturales. En la primera los servicios educativos y culturales dominan al resto de las ramas, y los hoteles tienen un índice de especialización según PIB considerablemente elevado en comparación con otras actividades, mientras que en la segunda las ramas más importantes son recreación y hoteles (cuadro 6).
- Pachuca, Puebla-Tlaxcala y Querétaro son metrópolis de servicios de alta gestión. En la primera, la importancia del comercio al por mayor es contundente a partir de 1988. La segunda se especializó en comercio al por mayor y de equipos e insumos industriales. Por último, en la ZMQ el índice de especialización en términos de PIB como en términos de personal

ocupado muestra la importancia del comercio de equipo e insumos industriales (cuadros 6 y 7).

- Toluca es una metrópoli de servicios tradicionales puesto que su índice de especialización en actividades al consumidor es mayor al de la corona, y aunque en 1980 y 1988 tuvo elevados índices de especialización en algunas ramas al productor, destacan las actividades comerciales de bienes de consumo inmediato, como el comercio de alimentos, bebidas y tabaco, los supermercados y las gasolineras, así como el consumo de bienes de consumo duradero, principalmente los bienes del hogar y personales, y las automotrices (cuadro 7).

## Cuadro 6

### Zonas Metropolitanas de Cuernavaca, Cautla y Pachuca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(índices de especialización <sup>a</sup>)

Denominación <sup>b</sup>	ZMC				ZMCU				ZMP			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	0.67	0.70	0.75	0.66	0.55	0.43	0.47	0.57	0.62	0.80	0.84	0.69
1. Servicios profesionales	0.45	0.81	0.67	0.67	0.40	0.40	0.28	0.44	0.24	0.47	0.68	0.44
721 Servicios profesionales a empresas	0.45	0.81	0.67	0.67	0.40	0.40	0.28	0.44	0.24	0.47	0.68	0.44
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	0.81	0.64	0.83	0.64	0.64	0.44	0.63	0.73	0.85	0.97	0.98	0.96
731 Comercio al mayoreo	0.68	1.27	0.95	0.98	-0.45	0.53	0.45	0.84	0.28	2.29	1.65	2.07
732 Comercio de equipos e insumos industriales	0.91	0.29	0.75	0.47	1.41	0.39	0.75	0.67	1.26	0.23	0.55	0.44
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1.24	1.21	1.24	1.47	1.33	1.39	1.53	1.58	1.28	1.14	1.16	1.43
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1.29	1.27	1.23	1.71	1.18	1.79	1.62	2.24	0.72	0.87	1.32	1.52
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	0.77	0.97	1.12	1.41	-1.53	2.97	1.84	2.22	-0.84	1.17	1.35	1.47
812 Supermercados	2.46	2.12	1.41	2.01	4.26	0.19	1.40	2.20	2.32	0.59	1.43	1.74
813 Gasolineras y combustibles.	-1.31	0.42	1.40	1.98	9.75	0.39	0.89	2.50	6.97	0.14	0.75	0.99
4. Servicios de consumo inmediato	1.16	0.87	1.15	1.48	2.20	1.57	1.99	2.11	1.20	2.11	0.67	1.20
821 Preparación de alimentos y bebidas	1.69	1.08	1.51	1.41	3.14	1.75	1.60	0.51	0.90	0.74	0.83	1.40
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.09	1.13	1.25	1.34	1.12	1.12	1.18	1.14	2.12	1.61	1.36	1.49
823 Recreación e esparcimiento	0.45	0.84	2.31	1.78	2.40	0.01	4.14	4.49	3.32	24.84	1.03	1.15
824 Difusión e información	0.75	0.20	0.31	1.61	0.31	0.26	0.23	0.86	0.35	0.43	0.21	1.66
825 Hoteles, moteles y posadas	1.23	1.06	0.92	1.49	2.66	2.97	4.85	4.64	0.74	0.19	0.50	0.69
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1.19	1.32	1.17	1.15	0.88	1.11	1.45	1.12	1.50	0.95	1.25	1.35
831 Bienes del hogar y personales	1.29	1.51	1.21	1.14	1.42	1.32	1.59	1.32	1.35	1.01	1.30	1.42
832 Tiendas de departamento.	0.12	0.14	0.73	1.35	0.05	0.42	0.00	0.04	1.05	0.38	0.26	0.95
833 Automotrices y autopartes	1.62	1.13	1.24	1.12	0.32	0.65	1.69	0.85	2.05	0.94	1.59	1.27
6. Servicios de consumo duradero	1.44	1.19	1.55	1.82	1.08	1.05	0.91	0.90	1.80	0.91	1.42	1.71
841 Reparaciones	1.13	0.77	1.05	1.19	1.52	1.47	1.09	1.13	1.60	1.05	1.15	1.45
842 Educación y cultura privados	1.29	1.73	1.86	2.49	0.50	0.57	0.72	0.81	2.05	0.70	1.60	2.00
843 Salud y asistencia social privada	2.02	1.19	1.63	1.30	0.93	0.93	1.03	0.81	1.87	0.92	1.44	1.48

Nota: un índice de especialización es negativo porque el PIB de ese grupo en la zona metropolitana en cuestión fue negativo ese año, por lo que indica que no hay especialización en absoluto.

n.a. No aplica puesto que no se encuentra disponible el dato absoluto correspondiente

a El índice de especialización se calculó de la siguiente manera:

$$IE = [PIB_{ij}/PIB_{tj}]/[PIB_{im}/PIB_{tm}]$$

Donde:

PIB<sub>ij</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en la zona metropolitana *j*

PIB<sub>tj</sub> es el PIB terciario total de la zona metropolitana *j*

PIB<sub>im</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en México

PIB<sub>tm</sub> es el PIB terciario total en México

b Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros 1 y 3.

## Cuadro 7

### Zonas Metropolitanas de Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca: producto interno bruto por grupos grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(índices de especialización <sup>a</sup>)

Denominación <sup>b</sup>	ZMP-T				ZMQ				ZMT			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1.18	1.01	0.86	0.83	0.60	0.97	0.86	0.86	0.65	1.07	0.79	0.66
1. Servicios profesionales	0.61	1.17	0.66	0.68	0.27	0.69	0.70	0.70	0.12	0.44	0.72	0.54
721 Servicios profesionales a empresas	0.61	1.17	0.66	0.68	0.27	0.69	0.70	0.70	0.12	0.44	0.72	0.54
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1.53	0.92	1.04	1.00	0.81	1.12	1.00	1.05	0.99	1.40	0.84	0.80
731 Comercio al mayoreo	1.65	0.53	0.85	1.08	0.21	1.24	0.69	0.62	1.53	0.99	0.75	1.18
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1.44	1.14	1.16	0.96	1.24	1.05	1.19	1.25	0.60	1.64	0.90	0.61
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	0.87	1.00	1.14	1.23	1.29	1.02	1.14	1.19	1.25	0.95	1.21	1.46
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	0.72	1.07	1.06	0.91	0.70	1.03	1.02	1.15	2.25	1.25	1.55	1.28
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	0.62	0.96	0.96	1.02	0.40	0.94	1.03	0.97	2.38	1.27	1.48	1.22
812 Supermercados	0.86	1.42	1.25	0.77	1.87	1.01	1.08	1.27	2.30	1.36	1.55	1.40
813 Gasolineras y combustibles.	0.85	0.65	1.07	0.95	-4.56	1.51	0.73	1.53	0.39	0.85	2.01	1.12
4. Servicios de consumo inmediato	0.57	0.72	0.85	0.96	0.93	0.92	1.03	1.18	0.84	0.52	0.92	1.23
821 Preparación de alimentos y bebidas	0.58	0.79	0.90	0.96	1.05	1.16	1.20	1.11	2.06	0.76	1.19	1.10
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.24	1.30	1.34	1.38	0.79	0.75	0.98	0.90	1.35	1.29	1.59	1.38
823 Recreación y esparcimiento	0.38	0.99	1.37	0.83	0.01	1.04	1.24	0.86	-0.08	0.56	2.15	2.33
824 Difusión e información	0.75	0.62	0.55	1.95	0.50	0.45	0.68	3.14	0.29	0.23	0.35	3.35
825 Hoteles, moteles y posadas	0.32	0.42	0.72	0.61	1.59	0.93	1.04	0.99	0.08	0.13	0.27	0.50
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1.14	0.98	1.12	1.33	1.73	1.06	1.08	1.16	1.11	0.95	1.37	1.83
831 Bienes del hogar y personales	0.80	1.03	1.05	1.24	1.31	1.05	1.10	1.08	1.41	0.82	1.36	1.31
832 Tiendas de departamento.	1.04	0.57	1.05	1.70	0.91	1.35	0.95	1.12	-0.12	0.37	0.97	0.86
833 Automotrices y autopartes	1.87	0.94	1.42	1.48	3.01	0.99	1.11	1.43	1.24	1.54	1.58	3.84
6. Servicios de consumo duradero	0.97	1.33	1.68	1.91	1.83	1.02	1.59	1.34	0.81	0.84	0.85	1.14
841 Reparaciones	0.86	0.95	0.99	1.35	1.03	0.02	1.26	1.07	0.99	0.94	1.41	1.32
842 Educación y cultura privados	0.97	1.79	2.14	2.88	4.07	2.36	2.19	1.80	0.38	0.78	0.40	1.17
843 Salud y asistencia social privada	1.14	1.40	1.71	0.80	1.11	0.99	0.92	0.85	0.91	0.73	0.97	0.91

Nota: un índice de especialización es negativo porque el PIB de ese grupo en la zona metropolitana en cuestión fue negativo ese año, por lo que indica que no hay especialización en absoluto.

a El índice de especialización se calculó de la siguiente manera:

$$IE = [PIB_{ij}/PIB_{jt}]/[PIB_{im}/PIB_{tm}]$$

Donde:

PIB<sub>ij</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en la zona metropolitana *j*

PIB<sub>jt</sub> es el PIB terciario total de la zona metropolitana *j*

PIB<sub>im</sub> es el PIB del grupo *i* del sector terciario en México

PIB<sub>tm</sub> es el PIB terciario total en México

b Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros 1 y 4

## 2 Niveles de concentración en el espacio megalopolitano

Durante la primera mitad del siglo xx la Ciudad de México se mantuvo como el núcleo central de una jerarquía urbana altamente preeminente.<sup>22</sup> En 1950 los índices de primacía de dos, cuatro y diez ciudades (7.2, 2.9 y 1.7, respectivamente) y la participación en la población urbana del país (39.8%) alcanzan su valor máximo en todo el siglo, pero a partir de entonces se inicia un proceso hacia un esquema de menor concentración relativa. En 1960 se agregan Guadalajara y Monterrey al grupo de grandes ciudades —aunque la Ciudad de México permanece como la única urbe de más de 1 millón de habitantes— absorbiendo entre las tres 45.8% de la población urbana que evidencia la emergencia de un patrón de concentración en tres ciudades, superior en magnitud al monocéntrico anterior. De hecho, entre 1970 y 1980 las grandes ciudades prosiguen elevando su participación en el total urbano al pasar de 52.7 a 57.0%, mientras que las ciudades medianas y pequeñas, la reducen no obstante que aumentaron en número (de 115 a 151 y de 55 a 68, respectivamente) (Garza, 2003: cuadro 4).

En los ochenta, a pesar de la crisis, no se produjo una desaceleración de la dinámica urbana puesto que entre 1980 y 1990 se presentó el crecimiento absoluto de población urbana más elevado de todo el siglo xx (14.4 millones). En dicho período el número absoluto de la población rural disminuyó por primera vez y se consolidó un perfil hegemoníicamente urbano con un grado de urbanización de 63.4%, impulsado en buena medida por la dinámica del sector servicios que se localiza principalmente en los centros urbanos.<sup>23</sup> Sin embargo, la Ciudad de México fue la urbe más afectada por la crisis y su participación en el PIB nacional

---

<sup>22</sup> En 1900 el índice de primacía de dos ciudades ( $IP_2$ ) fue de 3.4, de modo que aunque la concentración era significativa (en la Ciudad de México vivía 2.5 y 24% de la población total y urbana nacional, respectivamente) no se trataba aún de un sistema de ciudades altamente preeminente. Es hasta 1921 cuando el  $IP_2$  fue superior a cuatro (4.63), mostrando la preeminencia de la Ciudad de México pues más que cuadruplicaba el tamaño de la ciudad que le seguía. A partir de entonces, el  $IP_2$  continuó incrementándose y alcanzó su máximo en 1950 cuando llegó a 7.16, pero a partir de entonces decreció hasta alcanzar en 2000 un índice similar al de 1921 (Garza, 2003: 36-37).

<sup>23</sup> Entre 1980 y 1988 el sector que más creció fue el de servicios y del incremento total de los empleos asalariados solo 27% ocurrió en las manufacturas, comparado con 73% en comercio y servicios. De modo que en la década de la crisis la creación de empleos ocurre básicamente en el medio urbano, donde existen las únicas oportunidades de empleo asalariado, por cuenta propia o subempleo (Garza, 2003: 72).

cae de 37.7 a 31.9% entre 1980 y 1988, mientras que su participación en la población urbana nacional baja de 35.0 a 29.6% (Garza, 2003: 72 y 74). No obstante, si se considera junto a las ciudades que constituyen el subsistema urbano de la Ciudad de México, mantiene un acelerado crecimiento y en 1980 concentra 42.8% de la población urbana total, 49.4% de la producción terciaria y 58.4% del PIB industrial nacional, mostrando la importancia económica y demográfica de la región (cuadro 8).

Además de este cambio en los ámbitos de concentración con la transformación de la Ciudad de México de una metrópoli a una megalópolis, el sistema urbano nacional se transforma de tener una elevada preeminencia en una sola ciudad, a uno de tipo policéntrico con un pequeño conjunto de ciudades de primer orden: entre 1980 y 1990 las ciudades grandes pasaron de 8 a 19 y elevan su participación en la población total urbana a 63.2%. El número de pequeñas y medianas ciudades aumentó, aunque continuó su pérdida participación en la población urbana total al bajar de 10.6 a 10.0% y de 32.4 a 26.8%, respectivamente.

A finales del siglo xx, la tendencia hacia la concentración policéntrica continúa. La Ciudad de México y las nueve urbes que le siguen en tamaño<sup>24</sup> absorben 45.8% del crecimiento del sistema nacional conformado por 350 ciudades en 2000. Asimismo, se confirma la consolidación de una megalópolis con centro en la Ciudad de México, al mantener un elevado crecimiento todas las ciudades que la rodean<sup>25</sup> y aún a pesar de que la participación del subsistema en la población urbana total se redujo a 36.2% en 1998, sigue concentrando más de un tercio de la población urbana nacional (cuadro 8).

A partir de los niveles de concentración poblacional en la Ciudad de México y su subsistema, que muestra una clara tendencia hacia la conformación de un conglomerado megalopolitano, en este apartado se analiza la evolución de los niveles de concentración de los servicios en dicho ámbito entre 1980 y 1998.

---

<sup>24</sup> Guadalajara, Monterrey, Puebla, Toluca, León, Tijuana, Ciudad Juárez, Torreón y San Luis Potosí.

<sup>25</sup> Según Sobrino, entre 1980 y 1998 los núcleos urbanos pertenecientes a la zona de influencia megalopolitana de la Ciudad de México (Toluca, Querétaro, San Juan del Río, y Cuernavaca) se ubican en las primeras posiciones de las 20 urbes con mayor eficiencia y VBP per cápita (2003: 335 y 336).

## Cuadro 8

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: porcentajes de concentración de la población, 1980-2003<sup>a</sup>

Zonas Metropolitanas	Respecto al total nacional					Respecto a la población urbana total					Respecto a la población de la corona				
	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003	1980	1988	1993	1998	2003
Subsistema	23.3	23.3	23.5	23.6	23.5	42.8	38.3	37.2	36.2	34.6					
Ciudad de México	19.2	18.6	18.5	18.3	18.0	35.4	30.7	29.3	28.0	26.4					
Corona del subsistema	4.0	4.6	5.0	5.3	5.6	7.4	7.6	7.9	8.1	8.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Cuernavaca	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	12.7	12.4	12.6	12.5	12.0
Cauhtla	0.2	0.2	0.2	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.6	5.1	4.7	4.7	5.5	6.9
Pachuca	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	5.2	5.1	5.2	5.3	5.4
Puebla-Tlaxcala	1.7	2.0	2.1	2.0	1.8	3.1	3.2	3.3	3.1	2.6	41.7	42.6	42.0	37.7	32.1
Querétaro	0.5	0.6	0.7	0.8	0.8	1.0	1.1	1.1	1.2	1.2	13.3	14.0	14.3	14.6	14.8
Toluca	0.9	1.0	1.1	1.3	1.7	1.6	1.6	1.7	2.0	2.5	21.9	21.2	21.1	24.1	30.0

Fuente: Elaboración propia con datos de SIMBAD, [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx), y Garza (2003: cuadro A3).

a La población intercensal se extrapólo con de la tasa de crecimiento exponencial de la población en los períodos 1980-1990, 1990 a 1995 y 1995 a 2000.

Como se señaló anteriormente, la globalización y el cambio estructural de las economías ha traído consigo la concentración de las actividades terciarias en grandes ciudades, tanto en las sociedades industrializadas como de países en desarrollo dado que en ellas coexisten la infraestructura, las telecomunicaciones y redes, el equipamiento y los servicios urbanos que las empresas requieren para competir en el mundo globalizado.<sup>26</sup> Los servicios, particularmente los orientados a las empresas, a diferencia de las manufacturas que muestran una mayor dispersión en estadios económicos avanzados, han tendido a concentrarse de manera creciente en las principales metrópolis nacionales (Garza, 2004: 26).

### *Concentración decreciente del comercio y los servicios al productor*

En 1980 el SUCM, que concentraba 23.3% de la población nacional, generaba 49.4% de la producción nacional de las 17 ramas terciarias consideradas en este trabajo. Su participación en comercio y servicios al productor (56.1%) superó en más de diez puntos porcentuales a la del consumidor (44.5%), pero éstas cifras fueron sobrepasadas por el comercio en tiendas departamentales, los servicios de difusión e información, recreación y esparcimiento, aseo y limpieza y educación que presentan porcentajes de más de 59.0% (cuadro 9).

La elevada concentración de las actividades orientadas al productor, particularmente de los servicios profesionales a empresas y del comercio de equipos e insumos industriales, se explica tanto por la dinámica manufacturera de 7.0% en los últimos años de la década de los setenta, como por la elevada concentración de 58.4% del PIB industrial en las entidades federativas del subsistema<sup>27</sup> (Sobrino, 2003: cuadro 28).

---

<sup>26</sup> Entre 1980 y 1998, las siete ciudades millonarias de 1998 (Áreas Metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Tijuana y León y Ciudad Juárez) aumentaron su participación en el sector servicios al pasar de 59.8 a 63.5% del valor bruto de la producción total nacional. De modo que hacia finales de siglo casi dos terceras partes de los ingresos derivados de la actividad de servicios se obtuvieron en las siete ciudades más grandes del país (Sobrino, 2003: 348).

<sup>27</sup> Dado que no se cuentan con datos del sector manufacturero por zona metropolitana se decidió utilizar los datos por entidad federativa para tener una idea de la concentración en el subsistema.

## Cuadro 9

**Subsistema urbano, Zona Metropolitana de la Ciudad de México y Corona del subsistema: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998**  
(Participación porcentual respecto al PIB nacional)

Denominación a	SUCM				ZMCM				Corona			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	56.1	52.8	52.1	47.5	52.6	48.4	47.9	43.9	3.5	4.4	4.2	3.6
1. Servicios profesionales	63.4	52.1	55.9	54.2	61.8	48.1	52.5	51.2	1.6	3.9	3.4	3.0
721 Servicios profesionales a empresas	63.4	52.1	55.9	54.2	61.8	48.1	52.5	51.2	1.6	3.9	3.4	3.0
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	51.6	53.1	48.6	41.1	46.9	48.5	43.8	36.7	4.6	4.7	4.9	4.3
731 Comercio al mayoreo	45.3	39.3	36.0	30.7	40.5	34.8	31.6	25.8	4.8	4.6	4.4	5.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	56.0	60.8	56.6	46.0	51.5	56.1	51.4	42.0	4.5	4.7	5.2	4.0
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	44.5	37.7	41.1	36.4	40.1	32.7	35.0	30.0	4.4	5.0	6.1	6.3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	38.9	33.0	34.1	27.0	34.1	27.5	27.9	21.2	4.8	5.5	6.2	5.8
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	35.7	29.7	32.1	28.7	32.1	24.4	26.2	23.1	3.7	5.3	5.9	5.6
812 Supermercados	46.9	41.5	41.1	26.0	39.8	34.9	34.3	20.0	7.1	6.6	6.8	6.0
813 Gasolineras y combustibles.	16.6	25.9	22.5	23.4	14.6	22.5	16.2	17.3	1.9	3.4	6.3	6.1
4. Servicios de consumo inmediato	45.9	41.4	47.9	41.2	42.5	37.3	42.9	35.6	3.4	4.1	5.0	5.6
821 Preparación de alimentos y bebidas	45.8	41.9	44.0	33.8	40.6	37.5	38.2	28.6	5.2	4.4	5.8	5.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	59.4	39.0	49.3	40.5	54.4	33.2	42.5	34.4	4.9	5.8	6.8	6.1
823 Recreación y esparcimiento	65.5	42.5	43.5	46.2	63.7	31.3	34.6	39.4	1.8	11.2	8.9	6.8
824 Difusión e información	65.6	69.2	74.0	71.4	63.3	67.2	71.5	60.0	2.3	2.0	2.4	11.5
825 Hoteles, moteles y posadas	17.6	16.6	23.4	17.5	15.0	13.5	19.0	13.2	2.6	3.0	4.5	4.3
5. Comercio de bienes de consumo duradero	45.9	38.6	38.6	37.4	41.1	33.6	32.5	30.8	4.8	5.0	6.1	6.6
831 Bienes del hogar y personales	44.1	36.8	37.3	35.7	39.5	31.6	31.3	29.9	4.5	5.2	6.1	5.8
832 Tiendas de departamento.	69.5	59.9	53.2	53.7	67.3	57.3	48.7	47.7	2.2	2.6	4.6	6.0
833 Automotrices y autopartes	35.7	37.6	35.9	37.2	28.7	32.4	28.7	28.1	7.0	5.2	7.2	9.1
6. Servicios de consumo duradero	47.6	40.6	46.2	42.5	43.1	35.2	38.7	35.0	4.5	5.4	7.5	7.5
841 Reparaciones	40.4	33.6	38.5	31.0	36.3	29.7	32.6	25.0	4.1	3.9	5.9	6.0
842 Educación y cultura privados	58.7	52.8	54.0	51.5	53.9	45.5	45.2	41.4	4.9	7.4	8.8	10.1
843 Salud y asistencia social privada	48.9	36.7	41.7	44.2	44.0	31.3	34.6	39.7	5.0	5.4	7.1	4.4
TOTAL	49.4	43.8	46.5	42.4	45.4	39.0	41.4	37.6	4.0	4.8	5.2	4.8

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A1, A4, A7 y A10.

Como resultado de la crisis de los ochenta, en 1988 la concentración del comercio y los servicios disminuyó a 43.8%, esto es una participación 11.4% menor respecto a 1980 (49.4%),<sup>28</sup> y se redujo su participación en actividades orientadas al productor a 52.8% y a 37.7% las del consumidor. Destaca la importancia del comercio de equipos e insumos industriales que llegó a representar más del 60.0% de la producción nacional y que experimentó un aumento de 8.6% respecto a su valor de 1980. En esta ocasión sólo los servicios de difusión e información y el comercio en tiendas departamentales superaron a las actividades orientadas al productor, pues la crisis afectó seriamente a los servicios de aseo y limpieza personal, así como a los de recreación y esparcimiento dado que son renglones de gasto prescindible para los habitantes que experimentaban un desempleo elevado y el desplome de los salarios reales (Garza, 2004: 31). Además del comercio de equipos e insumos industriales, las gasolineras y las automotrices mostraron un incremento en su contribución al PIB terciario nacional de 56.0 y 5.3%, respectivamente, respecto a su valor de 1980 (cuadro 9).

En este período, la disminución de la concentración de las actividades orientadas al productor ocasionada por la estrepitosa caída de los servicios profesionales a empresas se explica por la reducción de las actividades industriales en el subsistema que de 58.4 en 1980 bajan a 48.4% en 1988, a pesar de que aumentaron ligeramente en los estados de Morelos y Querétaro.

En el período de recuperación relativa de 1988 a 1994, la participación del SUCM se elevó a 46.5%. El comercio y los servicios al consumidor crecieron 9.0% respecto a su valor de 1988, mientras que los destinados al productor siguieron

---

<sup>28</sup> En este apartado se utilizan porcentajes de aumento ó disminución de la concentración con relación al porcentaje del año base. Por ejemplo, entre 1980 y 1988 la concentración de los 17 grupos terciarios en el subsistema se redujo en 5.6 puntos porcentuales al pasar de 49.4 a 43.8% del total nacional. De modo que estos 5.6 puntos representan una disminución de 11.4% respecto al valor de 49.9% experimentado en 1980. La formula sería la siguiente:

$$\% \Delta = [(C_1 - C_0) / C_0] * 100$$

Donde:

%Δ es el porcentaje de aumento ó disminución respecto al año base

C<sub>1</sub> es la concentración experimentada en el año 1

C<sub>0</sub> es la concentración experimentada en el año 0

cayendo (1.3%) aunque mucho menos que en el período de la crisis cuando bajaron 5.9 por ciento.

La disminución del comercio y los servicios al productor se debió esta vez a la drástica caída del comercio de bienes de capital e intermedios que podría explicarse por el impacto de la apertura comercial tras la incorporación de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés)<sup>29</sup> en 1988 (Garza, 2003:31). En cambio, los servicios profesionales a empresas pasaron de 52.0 a 55.9% entre 1988 y 1993.

Dentro de las actividades orientadas al consumidor destaca el aumento de los servicios de difusión e información a 74.0% y de los servicios educativos y culturales a 54.0%, con lo cual superan al antes dominante comercio en tiendas departamentales (cuadro 9).

En el período de recuperación moderada de 1994 a 1998, la concentración de los 17 grupos terciarios cayó 9.0% en el SUCM al pasar de 46.5 a 42.4%. Asimismo, tanto las actividades orientadas al productor como al consumidor caen de 52.1 a 47.5 y de 41.1 a 36.4% del PIB terciario nacional, respectivamente. Lo anterior ocasionó que por primera vez el comercio y los servicios al productor en el subsistema representaran menos de la mitad del valor nacional. Esta situación se debió a la completa instalación del modelo neoliberal de apertura de la economía mexicana al comercio internacional, con la puesta en operación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y la firma de una decena de tratados con otros países (Garza, 2004:31), lo cual afectó al comercio de bienes de capital e intermedios que cayeron a 41.0% y a los servicios profesionales a empresas que redujeron 3.0% su participación respecto a la de 1993. Si bien ocurrió un estancamiento de la participación del subsistema en el PIB industrial, pues entre 1988 y 1998 ésta creció sólo medio punto porcentual a pesar de que se elevó la participación de los estados de Hidalgo, Puebla, Querétaro y Tlaxcala, la caída de las actividades orientadas al productor no se explica por este comportamiento de la actividad manufacturera. De modo que dicha reducción podría deberse a una desconcentración de dichas actividades hacia otros centros urbanos, para lo cual

---

<sup>29</sup> General Agreement on Tariffs and Trade.

se requiere un trabajo de investigación que abarque el resto de las zonas metropolitanas del país.

Dentro de las actividades orientadas al consumidor, la tendencia del subsistema a una elevada concentración en servicios de difusión e información, en tiendas departamentales y en servicios educativos se mantuvo.

Al analizar la concentración en los dos grandes ámbitos del SUCM se observa que a lo largo de todo el período su comportamiento se debe casi por completo al de la ZMCM, pues mientras ésta contribuye con aproximadamente 90.0% de la producción terciaria, la corona sólo aporta el 10.0% restante (cuadro 10). La Ciudad de México, por ende, tuvo los mayores niveles de concentración en las mismas actividades que el subsistema —excepto recreación y esparcimiento— es decir, servicios profesionales a empresas, difusión e información, tiendas departamentales y educación. En cambio la corona tuvo una mayor participación a escala nacional en el comercio en supermercados, los servicios de preparación de alimentos y bebidas, automotrices, educación, recreación y esparcimiento y desde 1998 en servicios de difusión e información (cuadro 9). Cabe señalar que en recreación y esparcimiento, la importante contribución de la corona permitió que a pesar de la drástica caída de 50.8% de la concentración en la ZMCM entre 1980 y 1988, la participación del subsistema en el total nacional sólo haya bajado 35.1% respecto a su valor en 1980. A partir de entonces la concentración de la Ciudad de México creció más en el subsistema, pues en la corona dicha actividad fue perdiendo importancia al pasar de 11.2 en 1988 a 6.8% del terciario nacional en 1998 (cuadro 9).

A pesar de este comportamiento del subsistema explicado casi de manera exclusiva por la elevada concentración en la Ciudad de México, vale la pena mencionar el papel de la corona en la amortiguación de la caída de las actividades terciarias en el subsistema entre 1980 y 1988, pues mientras la participación de la ZMCM en el PIB terciario nacional cae 14.1% respecto a su valor en 1980, el subsistema atenúa su disminución a 11.3% debido al aumento de 20.0% de la corona.

## Cuadro 10

### Zona Metropolitana de la Ciudad de México y corona del subsistema: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (Participación porcentual respecto al PIB del subsistema)

Denominación <sup>a</sup>	ZMCM				Corona			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	93.8	91.6	91.9	92.4	6.2	8.4	8.1	7.6
1. Servicios profesionales	97.4	92.4	93.8	94.5	2.6	7.6	6.2	5.5
721 Servicios profesionales a empresas	97.4	92.4	93.8	94.5	2.6	7.6	6.2	5.5
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	91.0	91.2	90.0	89.5	9.0	8.8	10.0	10.5
731 Comercio al mayoreo	89.5	88.4	87.8	83.8	10.5	11.6	12.2	16.2
732 Comercio de equipos e insumos industriales	91.9	92.3	90.8	91.3	8.1	7.7	9.2	8.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	90.1	86.6	85.1	82.6	9.9	13.4	14.9	17.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	87.6	83.3	81.7	78.6	12.4	16.7	18.3	21.4
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	89.8	82.1	81.5	80.6	10.2	17.9	18.5	19.4
812 Supermercados	84.9	84.1	83.5	77.0	15.1	15.9	16.5	23.0
813 Gasolineras y combustibles.	88.4	86.8	72.1	73.8	11.6	13.2	27.9	26.2
4. Servicios de consumo inmediato	92.5	90.1	89.5	86.4	7.5	9.9	10.5	13.6
821 Preparación de alimentos y bebidas	88.7	89.5	86.8	84.7	11.3	10.5	13.2	15.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	91.7	85.2	86.3	85.0	8.3	14.8	13.7	15.0
823 Recreación y esparcimiento	97.3	73.7	79.6	85.3	2.7	26.3	20.4	14.7
824 Difusión e información	96.5	97.1	96.7	84.0	3.5	2.9	3.3	16.0
825 Hoteles, moteles y posadas	85.4	81.7	80.9	75.3	14.6	18.3	19.1	24.7
5. Comercio de bienes de consumo duradero	89.4	87.0	84.1	82.5	10.6	13.0	15.9	17.5
831 Bienes del hogar y personales	89.7	85.9	83.8	83.7	10.3	14.1	16.2	16.3
832 Tiendas de departamento.	96.8	95.7	91.4	88.8	3.2	4.3	8.6	11.2
833 Automotrices y autopartes	80.4	86.2	80.0	75.5	19.6	13.8	20.0	24.5
6. Servicios de consumo duradero	90.5	86.7	83.8	82.4	9.5	13.3	16.2	17.6
841 Reparaciones	89.9	88.3	84.7	80.5	10.1	11.7	15.3	19.5
842 Educación y cultura privados	91.7	86.1	83.8	80.4	8.3	13.9	16.2	19.6
843 Salud y asistencia social privada	89.8	85.3	83.0	90.0	10.2	14.7	17.0	10.0
TOTAL	91.9	89.1	88.9	88.8	8.1	10.9	11.1	11.2

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A4, A7 y A10.

En términos absolutos esto significó que la ZMCM perdió 4 640 millones de pesos y la corona ganó 4 741 (cuadros A7 y A10). Asimismo, entre 1988 y 1993, la corona estimula la concentración en el subsistema pues mientras su participación aumentó 8.3% respecto a 1988, la de la Ciudad de México lo hizo en 6.2% por ciento. Aunque en términos absolutos el aumento en la ZMCM de 39 070 millones de pesos es abrumadoramente superior a los 5 201 millones en que aumenta el PIB terciario en la corona. Finalmente, entre 1993 y 1998 hay una reducción de la concentración en los dos ámbitos del subsistema, aunque de mayor magnitud en la ZMCM que en la corona, que en términos absolutos significó una pérdida de 434 y 239 millones de pesos, respectivamente.

Otra característica de la concentración que sobresale en el subsistema es que si bien la corona concentra entre 4.0 y 5.3% de la población nacional entre 1980 y 1998, su participación en las actividades orientadas al productor no sobrepasa dicha contribución, y en las actividades orientadas al consumidor apenas muestra una ligera superioridad (cuadros 8 y 9). En cambio, la Ciudad de México que concentra entre 19.2 y 18.3% de la población nacional, en los mismos años, genera alrededor de 50.0% de la producción nacional en comercio y servicios al productor y 30.0% de los dirigidos al consumidor.

En síntesis, aunque el SUCM reduce su gran concentración de servicios al productor, mantiene una elevada proporción de 54.2% en servicios profesionales a empresas y de 47.5 en actividades orientadas al productor. No obstante, la mayor parte de este comportamiento se debe a la Ciudad de México y muy poco a la corona que, sin embargo, ha aumentado su contribución a dichas actividades —particularmente en el comercio de bienes de capital e intermedios— y ha tenido el papel de amortiguar el comportamiento económico en la megalópolis durante épocas recesivas ó bien de impulsarla en los períodos de mayor dinamismo.

#### *Reorganización terciaria en la corona del subsistema*

Entre 1980 y 1998 al interior de la corona, la ZMP-T concentra alrededor de 40.0% de la población y el mayor porcentaje del PIB terciario de la corona (40.0%), ésta es seguida en orden descendente por la ZMT que absorbe 24.0% de la población y

21.0% del PIB; la ZMQ que contribuye con 14.0% de la población y 15.0% del PIB; la ZMC que a pesar de contar con 12.4% de la población, genera el mismo porcentaje de PIB terciario que la ZMQ; la ZMP que representa la misma proporción de población y PIB (5.0%); y la ZMCU que concentra un mayor porcentaje de población que de PIB (5.0 y 4.0%, respectivamente) (cuadros 8, 11 y 12).

En 1980, de las seis zonas metropolitanas de la corona sólo la ZMP-T concentraba un mayor porcentaje de actividades orientadas al productor (56.9%) que al consumidor (33.2%). Sin embargo, para 1988 la ZMQ y la ZMT, mostraban un patrón similar, siendo su producción en comercio y servicios al productor 1.1 y 5.2 puntos porcentuales superior a la del consumidor (cuadro 12). A su vez, la ZMP-T, afectada por la crisis de 1980, muestra una abrupta caída de su participación en actividades orientadas al productor al pasar de 56.9 en 1980 a 42.5% en 1988 y, a partir de entonces, sigue absorbiendo una proporción cada vez menor de dichas actividades, llegando en 1998 a sólo 40.3%, aunque permanece como la de mayor porcentaje en ese rubro dentro de la corona.

Por su parte, la ZMQ se consolida como la segunda zona metropolitana con mayor porcentaje del comercio y servicios al productor, pues a partir de 1980 crece hasta llegar a 22.5% en 1998. La ZMT, a diferencia de las anteriores, muestra una tendencia discontinua, pues cae en 1993 pero se recupera en 1998 al tener 19.3% de la producción de actividades orientadas al productor, porcentaje que no obstante es superior al 18.7 con que inició en 1980.

No obstante, cabe señalar que en estas tres zonas metropolitanas la concentración fue mayor en algunas ramas de las actividades orientadas al consumidor. En el caso de la ZMP-T tuvieron mayor importancia los servicios de difusión e información en 1988 y 1993, las tiendas departamentales (excepto en 1988), y los servicios educativos a partir de 1988. Por su parte, en 1980 y 1993 la ZMQ tuvo una preeminencia en siete y seis ramas de las actividades orientadas al consumidor, pero en 1998 sólo fueron las gasolineras y la difusión e información. La ZMT fue la que tuvo una concentración superior en un mayor número de ramas del comercio y los servicios al consumidor, particularmente en bienes y servicios de consumo inmediato (cuadro 12).

## Cuadro 11

### Zonas Metropolitanas de Cuernavaca, Cuautla y Pachuca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (Participación porcentual respecto al PIB de la corona )

Denominación <sup>a</sup>	ZMC				ZMCU				ZMP			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	11.9	13.6	14.1	10.4	2.6	1.9	2.2	2.5	2.9	5.4	5.9	4.9
1. Servicios profesionales	17.0	17.6	15.2	12.9	4.0	1.9	1.6	2.3	2.4	3.6	5.8	3.7
721 Servicios profesionales a empresas	17.0	17.6	15.2	12.9	4.0	1.9	1.6	2.3	2.4	3.6	5.8	3.7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	10.8	11.8	13.3	8.5	2.2	1.8	2.6	2.7	3.1	6.2	5.9	5.7
731 Comercio al mayoreo	8.7	23.9	17.1	11.4	-1.5	2.2	2.0	2.7	1.0	15.0	11.0	10.7
732 Comercio de equipos e insumos industriales	12.3	5.3	11.4	6.8	5.1	1.6	2.9	2.7	4.6	1.4	3.1	2.8
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	17.2	20.6	15.9	13.4	4.9	5.3	4.9	4.0	4.8	6.8	5.6	5.8
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	16.4	19.9	15.5	17.1	4.0	6.2	5.1	6.2	2.4	4.7	6.2	6.8
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	13.0	15.7	14.7	14.7	-6.8	10.7	6.1	6.4	-3.8	6.6	6.7	6.8
812 Supermercados	21.3	27.6	16.3	19.4	9.8	0.5	4.1	5.9	5.4	2.7	6.2	7.5
813 Gasolineras y combustibles.	-41.9	10.4	17.5	18.7	82.4	2.2	2.8	6.5	60.0	1.2	3.5	4.2
4. Servicios de consumo inmediato	20.8	18.4	17.9	15.2	10.4	7.3	7.8	6.0	5.8	15.5	3.9	5.5
821 Preparación de alimentos y bebidas	20.2	21.1	20.4	15.8	9.9	7.6	5.5	1.6	2.9	5.1	4.2	6.9
822 Servicios de aseo y limpieza personal	13.5	16.9	14.6	12.7	3.7	3.7	3.5	3.0	7.1	8.4	5.9	6.3
823 Recreación y esparcimiento	15.5	6.5	20.4	15.1	21.9	0.0	9.2	10.6	30.9	66.6	3.4	4.4
824 Difusión e información	19.9	8.4	10.1	8.1	2.2	2.5	1.8	1.2	2.5	6.4	2.6	3.7
825 Hoteles, moteles y posadas	29.4	30.1	16.0	19.8	16.8	18.8	21.4	17.1	4.7	1.9	3.3	4.1
5. Comercio de bienes de consumo duradero	15.1	22.7	14.9	10.1	3.0	4.2	4.7	2.7	5.1	5.7	6.0	5.3
831 Bienes del hogar y personales	17.6	24.9	15.6	11.3	5.1	4.9	5.2	3.6	4.9	5.8	6.3	6.2
832 Tiendas de departamento.	3.3	4.7	12.6	13.0	0.4	3.2	0.0	0.1	7.7	4.4	1.7	4.1
833 Automotrices y autopartes	14.3	18.7	13.6	7.0	0.8	2.4	4.7	1.5	4.9	5.4	6.5	3.6
6. Servicios de consumo duradero	19.5	18.9	16.3	14.0	3.9	3.7	2.4	1.9	6.6	5.0	5.6	5.9
841 Reparaciones	17.1	16.9	14.0	11.4	6.1	7.2	3.7	3.0	6.5	8.0	5.8	6.2
842 Educación y cultura privados	16.3	20.2	16.6	14.2	1.7	1.5	1.6	1.3	7.0	2.9	5.4	5.1
843 Salud y asistencia social privada	24.9	19.0	18.0	16.9	3.0	3.3	2.9	2.9	6.2	5.1	5.9	8.6
TOTAL	15.3	18.0	15.2	12.1	4.0	4.0	3.8	3.4	4.1	6.3	5.7	5.4

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A10, A13, A16, y A19.

## Cuadro 12

### Zonas Metropolitanas de Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (Participación porcentual respecto al PIB de la corona)

Denominación <sup>a</sup>	ZMP-T				ZMQ				ZMT			
	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	56.9	42.5	41.0	40.3	7.0	13.8	18.8	22.6	18.7	22.8	18.1	19.3
1. Servicios profesionales	62.7	55.5	38.4	39.8	6.6	11.0	18.7	22.0	7.3	10.4	20.3	19.2
721 Servicios profesionales a empresas	62.7	55.5	38.4	39.8	6.6	11.0	18.7	22.0	7.3	10.4	20.3	19.2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	55.6	36.9	42.6	40.7	7.1	15.1	18.9	22.9	21.2	28.2	16.8	19.5
731 Comercio al mayoreo	58.1	21.6	38.7	38.3	1.8	17.0	14.6	11.8	32.0	20.3	16.6	25.1
732 Comercio de equipos e insumos industriales	53.8	45.2	44.6	42.1	11.1	14.0	21.2	29.5	13.1	32.5	16.8	16.1
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	33.2	37.0	37.2	34.5	11.7	12.7	17.2	17.8	28.2	17.6	19.2	24.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	25.1	36.3	34.0	27.8	5.8	11.7	15.1	18.8	46.3	21.2	24.1	23.3
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	28.6	33.7	32.3	32.4	4.4	11.1	16.0	16.5	64.7	22.3	24.1	23.3
812 Supermercados	20.4	40.3	36.7	22.7	10.6	9.6	14.6	20.0	32.3	19.3	22.1	24.6
813 Gasolineras y combustibles.	74.2	35.2	34.2	27.5	-95.1	27.7	10.8	23.8	20.4	23.3	31.1	19.3
4. Servicios de consumo inmediato	28.1	32.7	33.8	30.1	10.8	14.0	18.9	19.9	24.2	12.0	17.6	23.2
821 Preparación de alimentos y bebidas	18.9	33.6	31.0	32.8	8.2	16.6	19.1	20.4	39.9	16.1	19.8	22.5
822 Servicios de aseo y limpieza personal	42.1	42.0	39.8	40.0	6.5	8.2	13.4	14.0	27.2	20.8	22.8	24.0
823 Recreación y esparcimiento	35.9	16.4	30.8	21.6	0.2	5.8	12.9	12.0	-4.3	4.7	23.4	36.4
824 Difusión e información	54.2	57.8	45.6	30.1	8.7	14.2	25.8	26.0	12.5	10.7	14.1	30.9
825 Hoteles, moteles y posadas	21.2	25.8	32.2	25.0	24.9	19.3	21.3	21.7	2.9	4.1	5.8	12.2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	39.7	36.3	36.6	35.8	14.3	13.3	16.3	16.7	22.7	17.8	21.5	29.4
831 Bienes del hogar y personales	29.9	36.9	34.5	37.6	11.6	12.7	16.7	17.5	30.9	14.8	21.7	23.8
832 Tiendas de departamento.	77.8	41.3	46.1	50.0	16.3	32.9	19.1	17.8	-5.5	13.6	20.6	15.1
833 Automotrices y autopartes	45.1	33.7	39.7	28.7	17.4	12.0	14.2	14.9	17.6	27.7	21.3	44.4
6. Servicios de consumo duradero	36.1	46.1	45.0	45.0	16.2	11.8	19.6	17.1	17.8	14.5	11.0	16.1
841 Reparaciones	35.8	45.2	33.8	39.6	10.2	0.3	19.7	16.7	24.3	22.3	23.2	23.1
842 Educación y cultura privados	33.5	45.4	48.9	50.3	33.7	20.2	23.0	16.9	7.8	9.9	4.4	12.2
843 Salud y asistencia social privada	38.6	48.4	48.1	31.7	9.0	11.5	11.9	18.3	18.2	12.7	13.2	21.6
TOTAL	41.9	39.0	38.7	37.0	10.0	13.1	17.8	19.9	24.7	19.6	18.7	22.2

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A10, A22, A25 y A28.

En lo que respecta a Cuernavaca, Cuautla y Pachuca, a pesar de que su producción es mayor en actividades orientadas al consumidor, en la primera los servicios profesionales a empresas son también elevados e incluso mayores a su participación en actividades orientadas al productor. De igual forma, a partir de 1988, la ZMP presenta una producción mayor en comercio al mayoreo (cuadro 11).

No obstante, los valores en algunas ramas del comercio y servicios al consumidor son significativamente superiores a los de las actividades al productor. Así, en la ZMC los hoteles, moteles y posadas, preparación de alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento, supermercados, salud y difusión e información muestran una elevada concentración a lo largo del período de estudio, confirmándose la conclusión obtenidas del apartado de estructura y especialización donde se le catalogó como una metrópoli de servicios turísticos.

Por su parte, la ZMCU absorbe una importante proporción de los servicios de hoteles, recreación y esparcimiento, preparación de alimentos y supermercados, mostrando también una vocación de metrópoli de servicios turísticos.

Finalmente, la concentración en actividades orientadas al consumidor en la ZMP sólo es superada por el comercio de alimentos, los supermercados, la preparación de alimentos y bebidas, los servicios de limpieza y aseo personal, la recreación y esparcimiento, las reparaciones y la salud en diferentes años (cuadro 11). De modo que al interior de la corona, la Pachuca aparece como una metrópoli de servicios tradicionales con una elevada participación en comercio al por mayor.

No se puede hablar de que el SUCM sea una megalópolis de servicios al productor, puesto que la Ciudad de México es la que aporta el mayor porcentaje de la producción terciaria en ese rubro del subsistema, pues es mínima la de la corona. Asimismo, se observa que la caída de la participación de la Ciudad de México en actividades orientadas al productor no se ha traducido en una desconcentración de las mismas hacia la corona, ya que en ésta también se reduce a partir de 1988. Sin embargo, por una parte el gran dinamismo demográfico de la corona que se refleja en la importancia de las actividades orientadas al consumidor y en una mayor participación de las del productor dentro del subsistema, y por otra el hecho de que en la ZMCM el comercio y servicios al

productor cayó mucho menos que el comercio y servicios al consumidor, podrían indicar que la megalópolis está en un proceso inicial de estructuración funcional y que en el futuro se podrá observar un patrón de concentración de este tipo.

Lo anterior se sustenta en el hecho de que al interior de la corona el cambio estructural de las metrópolis que la conforman ha llevado a una concentración del comercio y los servicios al productor superior a la de las actividades orientadas al consumidor, al menos en tres de las seis zonas (ZMP-T, ZMQ y ZPT), mientras que en dos de las otras tres (ZMC y ZMP) donde prevalece la concentración en comercio y servicios al consumidor, las ramas de servicios profesionales a empresas y el comercio al por mayor presentan porcentajes elevados dentro de la corona. Paralelamente, deberá efectuarse una investigación que abarque todas las zonas metropolitanas del país para determinar con precisión la distribución espacial de dichos servicios.

Asimismo, dada la elevada participación de las metrópolis de la corona en algunas ramas de las actividades orientadas al productor y al consumidor, es posible afirmar que son complementarias a la Ciudad de México. Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Pachuca proveen a ésta de cierta parte de los servicios al productor que requiere, mientras que Cuernavaca, Cuautla y Querétaro prestan los servicios turísticos que demandan los habitantes de la gran ciudad. Por último, las zonas metropolitanas de Toluca y Pachuca complementan los requerimientos de servicios de limpieza y aseo personal, bienes del hogar y personales, automotrices y reparaciones que tienen los habitantes de la urbe.

### **3 Dinámica de crecimiento: actividades terciarias motrices**

La dinámica de los servicios no se ajusta a las etapas de desarrollo económico en México que se señalaron al inicio de este trabajo, pues mientras el PIB nacional crece a una tasa de 0.9% en el período 1980-1988, el sector servicios lo hizo al 2.4% anual. En el quinquenio 1988-1994 estas cifras fueron 3.9 y 4.2%, respectivamente y en el período 1994-1998 de 2.9 y 1.9 por ciento (cuadro 13).

Al igual que ocurre al comparar la dinámica de los servicios con el comportamiento de la producción nacional, la expansión de los servicios en el SUCM no se ajusta al comportamiento de dicha actividad a escala nacional. Durante la década perdida y el período de recuperación moderada, los servicios crecieron menos en el subsistema (0.8 y 0.0%) que en el país (2.4 y 1.9%), mostrando que la afectación por las crisis de 1982 y 1994 fue mayor en dicho ámbito, mientras que de 1988 a 1994 el sector servicios creció más en el subsistema que en el ámbito nacional (5.5 y 4.2%, respectivamente).

Hasta 1988, el crecimiento de los servicios dependió básicamente de la dinámica económica nacional y local, pero a partir de entonces, cuando México adopta el modelo neoliberal, el subsistema aumenta su dependencia del mercado internacional, especialmente del de Estados Unidos dada la firma del TLCAN (Garza, 2004: 34). De este modo, la dinámica diferencial de los servicios parece depender de los ciclos de los mercados global, nacional y urbano, pero también de la transformación estructural del sector y su concentración en el subsistema que se ha analizado en los apartados anteriores.

#### *Cambios absolutos y ciclos económicos de los servicios*

La crisis del modelo sustitutivo de importaciones y las políticas de ajuste estructural que se emplearon para revertirla tuvieron una expresión territorial en la Ciudad de México y su subsistema. Esta región había sido el núcleo territorial más importante de la industrialización sustitutiva de importaciones en México y se convirtió en el escenario principal de su crisis y reestructuración. Resulta, por ende, de gran interés analizar la dinámica macroeconómica, en un primer momento según los valores absolutos de la actividad de servicios tanto a nivel

nacional como del subsistema y, en segundo, conforme a técnicas específicas desarrolladas para identificar los grupos de servicios que han tenido un comportamiento más dinámico que la economía nacional.

En 1980 existían en México 837 mil establecimientos de comercio y servicios que empleaban 2.4 millones de trabajadores y producían 273 651 millones de pesos (precios de 1993). Si bien entre 1961 y 1980 –considerado como el período del milagro mexicano cuando la economía creció 6.5% anual– se establecieron anualmente 23 mil negocios terciarios, se crearon 74 mil empleos y se generaron 9 920 millones de pesos, en el período de crisis (1981-1988) los establecimientos y el personal ocupado crecieron a un ritmo superior (41 y 180 mil establecimientos y empleos al año), lo cual no reflejaba la situación de crisis<sup>30</sup> que si se observó en el PIB, puesto que tuvo una tasa de crecimiento de 2.9% que en términos absolutos significó 7 401 millones de pesos anuales (cuadros 13 y A1-A3).

En el período de recuperación relativa (1988-1994), los establecimientos aumentaron anualmente en 148 mil –casi tres veces más que en el período anterior– el personal ocupado en 425 mil personas y el PIB de servicios creció al 4.2%, generándose 15 169 millones más cada año. Sin embargo éste halagüeño panorama se frenó entre 1994 y 1998 debido a la crisis de 1995 que disminuyó el ritmo de creación anual de establecimientos y empleos respecto al período de anterior (54 y 86 mil establecimientos y empleos menos), ocasionando que el PIB se acercara mucho al generado anualmente en el período de crisis de los ochenta (7 935 millones de pesos) pues creció a una tasa de 1.9% que por primera vez desde 1980 fue inferior a la tasa de crecimiento del PIB total nacional (cuadros A1-A3).

---

<sup>30</sup> Esto porque la creación de pequeñas empresas de comercio y servicios se utilizó como estrategia para sobrevivir a la falta de empleos (Garza, 2004: 17).

## Cuadro 13

### México y conjuntos urbanos: tasas de crecimiento del producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

Denominación <sup>a</sup>	México			SUCM			ZMCM			Corona		
	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1.9	8.5	3.8	1.1	8.2	1.9	0.8	8.3	2.0	4.9	7.4	0.8
1. Servicios profesionales	0.4	15.8	4.8	-2.0	17.4	4.1	-2.7	17.8	4.3	12.0	12.7	1.9
721 Servicios profesionales a empresas	0.4	15.8	4.8	-2.0	17.4	4.1	-2.7	17.8	4.3	12.0	12.7	1.9
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	2.7	3.8	2.8	3.1	2.0	-0.6	3.1	1.7	-0.7	2.8	4.8	0.4
731 Comercio al mayoreo	0.8	5.4	-0.8	-1.0	3.5	-3.9	-1.1	3.4	-4.8	0.2	4.5	1.7
732 Comercio de equipos e insumos industriales	3.9	2.9	4.9	5.0	1.4	0.6	5.0	1.1	0.7	4.4	4.9	-0.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2.7	0.9	-0.1	0.6	2.6	-2.5	0.1	2.2	-3.1	4.4	4.9	0.5
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	6.5	-4.0	2.0	4.3	-3.4	-2.6	3.7	-3.8	-3.4	8.2	-1.6	0.6
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	6.2	-3.1	-1.7	3.8	-1.6	-3.9	2.6	-1.7	-4.1	11.3	-1.0	-3.0
812 Supermercados	4.4	-4.0	6.4	2.9	-4.2	-3.0	2.7	-4.3	-4.5	3.5	-3.5	3.7
813 Gasolineras y combustibles.	18.4	-9.1	8.1	25.3	-11.6	8.9	25.0	-14.8	9.5	27.2	2.6	7.6
4. Servicios de consumo inmediato	-1.7	5.8	-1.9	-3.0	8.9	-4.8	-3.3	8.7	-5.5	0.4	10.2	0.2
821 Preparación de alimentos y bebidas	1.4	7.3	-5.4	0.2	8.3	-10.2	0.4	7.6	-10.7	-0.6	13.4	-7.5
822 Servicios de aseo y limpieza personal	-3.1	5.6	-5.9	-8.1	10.6	-9.5	-8.9	10.9	-9.8	-1.2	8.9	-7.8
823 Recreación y esparcimiento	-11.2	6.8	-0.2	-15.9	7.3	1.0	-18.7	9.0	2.4	11.7	2.0	-5.4
824 Difusión e información	0.0	8.4	1.8	0.7	9.9	1.1	0.7	9.8	-1.7	-1.9	12.7	38.9
825 Hoteles, moteles y posadas	-3.0	-0.1	1.4	-3.7	7.0	-4.4	-4.2	6.8	-5.7	-1.0	8.0	0.7
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3.5	-1.4	0.0	1.3	-1.4	-0.6	0.9	-2.1	-1.0	3.9	2.7	1.4
831 Bienes del hogar y personales	6.7	-1.4	0.1	4.3	-1.2	-0.8	3.7	-1.7	-0.8	8.5	1.6	-0.6
832 Tiendas de departamento.	-7.0	5.4	-4.7	-8.8	3.0	-4.6	-8.9	2.0	-5.1	-5.5	18.4	0.6
833 Automotrices y autopartes	0.7	-3.9	1.7	1.4	-4.8	2.4	2.3	-6.2	1.2	-2.9	2.5	6.7
6. Servicios de consumo duradero	1.0	9.6	-1.1	-1.0	12.4	-2.7	-1.5	11.7	-3.1	3.2	16.9	-1.1
841 Reparaciones	0.4	2.7	2.3	-1.9	5.5	-2.0	-2.1	4.7	-3.0	0.0	11.3	2.8
842 Educación y cultura privados	4.1	16.7	-3.2	2.8	17.2	-4.1	2.0	16.6	-4.9	9.6	20.9	-0.4
843 Salud y asistencia social privada	-1.3	9.3	-2.1	-4.8	12.1	-1.0	-5.4	11.5	0.7	-0.4	15.5	-10.9
TOTAL	2.4	4.2	1.9	0.8	5.5	0.0	0.5	5.5	-0.1	4.6	5.9	0.2

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A1, A4, A7 y A10.

En el SUCM en 1980 los 17 grupos del sector terciario sumaban 279 mil establecimientos (más de un tercio de los existentes a nivel nacional), 924 mil empleados (37.8% del total nacional) y generaba 134 788 millones de pesos (la mitad del generado por el sector terciario en el país). Sin embargo, la ZMCM contribuía con 83.9% de los establecimientos, 87.4% del personal ocupado y 91.8% del PIB del subsistema, mostrando claramente su hegemonía (cuadros A4-A9).

En el período de la década perdida, que abarca de 1980 a 1988, los establecimientos y el personal ocupado del subsistema aumentaron en 9 y 48 mil anuales, respectivamente, mientras que el PIB se incrementó 0.8%, que en términos absolutos significó 1 172 millones de pesos por año. No obstante, lo anterior parece ser consecuencia del crecimiento de la producción de sector servicios experimentado en la corona (4.6% anual) y no tanto del ocurrido en la Ciudad de México que fue menor al del subsistema (0.5%) (cuadro 13).

Esta tendencia se revirtió en el período de recuperación relativa cuando el PIB de servicios creció en la ZMCM y la corona a una tasa de 5.5 y 5.9%, respectivamente. Así, por primera vez los servicios en el subsistema tuvieron una dinámica mayor que la experimentada en el ámbito nacional pues el PIB aumentó 5.5%, representando incrementos anuales de 8 854 millones de pesos, 40 mil establecimientos y 148 450 trabajadores, mismos que representaron 26.8, 35.2 y 58.6% de los incrementos experimentados a nivel nacional en el mismo período. Sin embargo, entre 1994 y 1998, en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) y con la ocurrencia de la crisis de 1994, el PIB de servicios en la corona apenas creció 0.2% y en la Ciudad de México cayó 0.1% anual (cuadro 13). Esto ocasionó que en el subsistema la tasa de crecimiento del PIB fuese de -0.02%, representando una disminución de 38 854 pesos al año, que el número de establecimientos creados anualmente fuese sólo de 25 mil y el número de nuevos empleados de 81 mil, lo cual ocasionó que los porcentajes de contribución del SUCM a los incrementos anuales nacionales se redujeran a 25.0 y 23.0% para los establecimientos y el personal ocupado, respectivamente (cuadros A4-A6).

Cabe señalar que éste comportamiento del PIB se debió a la reducción de 86 mil pesos anuales en la ZMCM, ya que en la corona el PIB aumentó 47 901 pesos al año, actuando como amortiguador de la caída ocurrida en la Ciudad de México (cuadros A7 y A10). Lo anterior se debió, particularmente a la dinámica de las zonas metropolitanas de Querétaro (ZMQ)<sup>31</sup> y Toluca (ZMT) que crecieron anualmente 96 y 154 mil pesos, respectivamente. De este modo, el comportamiento de la actividad de servicios ocurrido en ambas contrarrestó las disminuciones que tuvieron lugar en el resto de las zonas metropolitanas, lo cual podría ser un indicio de la complementariedad a que se va llegando en el subsistema (cuadros A13, A16, A19, A22, A25 y A28).

Resulta importante señalar que éstas dos zonas se caracterizan por su carácter industrial y que, especialmente en la ZMQ, el incremento en el PIB se asocia a dicha rama, ya que los servicios al productor aumentaron en 78 mil pesos anuales entre 1994 y 1998, mientras que en la ZMT el aumento de 145 mil pesos anuales está asociado con las actividades al consumidor. De manera que es posible establecer la hipótesis de que entre más lejanas se encuentren las concentraciones urbanas de la Ciudad de México mayor será la contribución de las actividades al productor a su PIB terciario.

En 1998 el sector terciario del subsistema contaba con 676 mil establecimientos y 2 458 millones de empleados, mientras generaba 188 247 millones de pesos, lo cual representó una menor concentración en relación con 1980 puesto que éstos significaron sólo 28.3, 31.9 y 42.4% de los correspondientes a nivel nacional. Sin embargo, a diferencia de los años ochenta, y aún cuando la ZMCM mantuvo su primacía dentro del subsistema, ésta se redujo puesto que en 1998 contribuyó con 76.1% de los establecimientos, 79.7% del personal ocupado y 88.7% del PIB del SUCM. En contrapartida, la corona regional aumentó su importancia entre 1980 y 1998 toda vez que su participación pasó de 16.0 a 23.8% en el número de establecimientos del subsistema, de 12.5 a 20.2%

---

<sup>31</sup> Según Chávez y Guadarrama, la ZMQ tuvo una dinámica económica creciente en todos los periodos, llegando incluso a superar entre 1980 y 2000 la participación de los estados de Morelos e Hidalgo en el contexto nacional y ubicándose como el segundo estado de la periferia después de Puebla, gracias a las ventajas locales que representó para la localización industrial y de servicios (2004: 155-159)

en el empleo y de 8.1 a 11.2% en la generación del PIB, con lo cual se vislumbra que el desarrollo de una región polinuclear en la región centro del país podría estar en ciernes<sup>32</sup> (cuadros A1-A12).

Por último, cabe señalar que las actividades orientadas al productor presentan tasas más elevadas que las del consumidor tanto a escala nacional como en el subsistema y, dentro de éste, en la Ciudad de México y la corona. No obstante, el subsistema presenta un ritmo de crecimiento del comercio y los servicios al productor menor al nacional en los tres períodos. Así, entre 1980 y 1988, a pesar de que la corona tiene una tasa de crecimiento anual de 4.9%, superando el ritmo de crecimiento del país por 3.0 puntos porcentuales, no alcanza a tener un efecto mayor en el subsistema dado el incipiente crecimiento de 0.8% anual que se experimentó en la ZMCM. Entre 1988 y 1994, la corona creció a un ritmo importante (7.4%) pero menor que el experimentado en la Ciudad de México y en ésta a pesar de que crecieron 0.1 puntos porcentuales más que en el subsistema (8.2%) no alcanzaron el ritmo de crecimiento a escala nacional (8.5%). Entre 1994 y 1998, la ZMCM volvió a tener una tasa 0.1% mayor que el subsistema, pero esta vez las actividades orientadas al productor en la corona crecieron a una tasa de menos de la mitad de la experimentada en el subsistema (0.8 y 1.9%, respectivamente).

Dentro del comercio y los servicios al consumidor destaca que el subsistema crece menos ó decrece más que el país durante períodos recesivos, particularmente por el comportamiento de la ZMCM que tiene tasas menores que el subsistema, mientras que la corona presenta tasas anuales de crecimiento mayores a las del subsistema y a las experimentadas en el ámbito nacional. En especial, entre 1993 y 1998, el país, el subsistema y la ZMCM presentan tasas negativas, pero la corona, aunque de manera incipiente, crece 0.5% anual. Tal declive de las actividades orientadas al consumidor se debió a que la crisis de 1994 redujo en tal medida los ingresos de la población que ésta contrajo su gasto

---

<sup>32</sup> Lo anterior porque a pesar de la mayor contribución de la corona al número de establecimientos, personal ocupado y PIB del subsistema los valores absolutos siguen aportando la muestra más clara de la concentración terciaria en la ZMCM, puesto que el PIB terciario total generado en ella fue entre 8 y 12 veces superior al de la corona, la población ocupada entre 4 y 7, y el número de establecimientos entre 3 y 5 veces durante el período de estudio (ver cuadros A7-12).

en servicios de consumo inmediato, especialmente en: la preparación de alimentos cayó 10.7 y 7.5% anual en la Ciudad de México y la corona; los servicios de aseo que decrecen 9.8 y 7.8%, respectivamente; recreación y esparcimiento, que a pesar de tener una tasa positiva en el subsistema (1.0%) y la ZMCM (2.4%), caen 5.4% en la corona; y los hoteles que decrecen a un ritmo de 4.4% por año debido a la tasa negativa de 5.5% en la ZMCM y el incipiente crecimiento de 0.7 anual en la corona.

Al interior de la corona destaca que en las seis zonas metropolitanas que la conforman, los servicios tuvieron una tasa de crecimiento mayor que la nacional y que la del subsistema durante la década perdida (en Toluca sólo fue superior a la del subsistema), en el período de recuperación relativa sólo cuatro: Cuautla, Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca mantuvieron la ventaja (Cuautla y Toluca no tuvieron ventaja respecto al subsistema) y en la recuperación moderada sólo Querétaro y Toluca siguen creciendo a un ritmo superior (cuadro 15).

A pesar de que la corona presenta una estructura más orientada hacia actividades al consumidor, hemos visto en apartados anteriores que hay una especialización diferenciada entre las ciudades que la conforman. De ahí que la dinámica de los servicios al productor resulte mayor que los del consumidor en Pachuca, Puebla-Tlaxcala y Querétaro (cuadros 14 y 15), mientras que esto ocurre en Cuernavaca sólo durante la recuperación relativa (los servicios al productor crecen 8.2% anual y los del consumidor -0.4%) y en Toluca durante la década perdida (las actividades orientadas al productor aumentan 7.5% anual y las del consumidor -1.6%). Un caso especial se presenta en Cuautla, ya que, a pesar de especializarse en actividades orientadas al consumidor, presenta un ritmo superior en comercio y servicios al productor en los períodos de 1988 a 1993 y de 1993 a 1998. No obstante, la dinámica de la corona muestra que la concentración terciaria se ha elevado sin duda en Querétaro y Toluca, en la primera debido a la importancia de los servicios al productor y en la segunda debido a los del consumidor.

## Cuadro 14

### Zonas Metropolitanas de Cuernavaca, Cuautla y Pachuca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 Tasas de crecimiento anual

Denominación <sup>a</sup>	ZMC			ZMCU			ZMP		
	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	6.7	8.2	-5.1	0.7	11.2	3.6	13.2	9.2	-2.9
1. Servicios profesionales	12.5	9.5	-1.4	2.3	8.5	9.7	17.5	24.5	-6.8
721 Servicios profesionales a empresas	12.5	9.5	-1.4	2.3	8.5	9.7	17.5	24.5	-6.8
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	4.0	7.3	-8.3	0.1	12.4	1.2	12.3	3.6	-0.2
731 Comercio al mayoreo	13.7	-2.3	-6.2	n.a.	2.5	8.0	41.1	-1.7	1.1
732 Comercio de equipos e insumos industriales	-6.1	22.3	-10.1	-9.7	18.1	-1.9	-9.7	22.4	-2.8
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	6.8	-0.4	-2.9	5.4	3.5	-3.6	9.0	0.8	1.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	10.8	-6.4	2.5	14.5	-5.3	4.4	17.5	4.0	2.2
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	14.0	-2.2	-3.1	n.a.	-11.3	-2.3	n.a.	-0.7	-2.6
812 Supermercados	6.9	-13.2	7.4	-27.9	44.3	11.6	-5.2	14.0	7.7
813 Gasolineras y combustibles.	n.a.	13.9	8.9	-19.1	8.0	27.2	-21.9	27.2	11.3
4. Servicios de consumo inmediato	-1.1	9.6	-3.0	-3.9	11.7	-4.8	13.6	-16.2	7.2
821 Preparación de alimentos y bebidas	-0.1	12.7	-12.2	-3.9	6.1	-27.8	6.6	9.1	2.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1.6	5.7	-10.3	-1.1	7.4	-10.5	0.8	1.6	-6.6
823 Recreación y esparcimiento	0.2	28.3	-10.9	-55.8	278.1	-2.8	23.0	-43.7	-0.6
824 Difusión e información	-11.9	16.9	32.9	0.0	5.9	27.4	10.2	-6.2	49.7
825 Hoteles, moteles y posadas	-0.8	-4.8	5.0	0.3	10.9	-3.7	-11.7	20.2	5.5
5. Comercio de bienes de consumo duradero	9.4	-5.6	-6.2	8.6	4.8	-9.1	5.2	3.8	-1.2
831 Bienes del hogar y personales	13.4	-7.5	-6.9	7.8	2.9	-7.6	10.7	3.2	-0.8
832 Tiendas de departamento.	-1.3	44.2	1.2	24.0	-59.8	52.7	-11.9	-2.6	20.2
833 Automotrices y autopartes	0.4	-3.9	-6.4	12.1	17.3	-15.2	-1.6	6.3	-5.4
6. Servicios de consumo duradero	2.8	13.5	-4.0	2.6	7.3	-5.5	-0.2	19.5	-0.1
841 Reparaciones	-0.2	7.2	-1.3	2.0	-2.6	-1.2	2.6	4.2	4.2
842 Educación y cultura privados	12.6	16.3	-3.5	8.1	23.2	-5.1	-1.9	37.2	-1.5
843 Salud y asistencia social privada	-3.7	14.3	-12.0	0.7	12.3	-10.5	-2.8	19.2	-4.2
TOTAL	6.8	2.3	-4.2	4.4	5.0	-2.4	10.2	3.8	-0.8

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A10, A13, A16, y A19.

## Cuadro 15

### Zonas Metropolitanas de Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Toluca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-2004

#### Tasas de crecimiento anual

Denominación <sup>a</sup>	ZMP-T			ZMQ			ZMT		
	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998	1980-1988	1988-1993	1993-1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1.2	6.6	0.4	14.3	14.2	4.5	7.5	2.6	2.1
1. Servicios profesionales	10.3	4.7	2.6	19.5	25.3	5.3	17.2	28.8	0.8
721 Servicios profesionales a empresas	10.3	4.7	2.6	19.5	25.3	5.3	17.2	28.8	0.8
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	-2.4	7.8	-0.5	13.0	9.6	4.4	6.5	-5.6	3.4
731 Comercio al mayoreo	-11.4	17.5	1.5	33.2	1.3	-2.5	-5.3	0.5	10.5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	2.2	4.6	-1.5	7.6	13.8	6.5	16.9	-8.1	-1.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	5.8	5.0	-1.0	5.4	11.5	1.2	-1.6	6.7	5.5
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	13.4	-2.9	-3.4	18.0	3.5	5.2	-1.8	0.9	-0.1
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	13.6	-1.8	-3.0	24.8	6.6	-2.4	-2.6	0.6	-3.7
812 Supermercados	12.7	-5.3	-5.8	2.2	5.0	10.5	-3.0	-0.8	6.0
813 Gasolineras y combustibles.	15.9	2.1	2.9	n.a.	-15.0	26.0	29.3	8.8	-2.2
4. Servicios de consumo inmediato	2.4	10.9	-2.0	3.8	17.0	1.3	-8.0	19.1	5.9
821 Preparación de alimentos y bebidas	6.7	11.6	-6.5	8.5	16.6	-6.3	-11.3	18.2	-5.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	-1.2	7.7	-7.7	1.7	20.2	-6.9	-4.4	10.9	-6.9
823 Recreación y esparcimiento	1.3	15.6	-11.9	76.0	19.5	-6.7	n.a.	40.8	3.3
824 Difusión e información	-1.1	7.5	27.8	4.3	26.9	39.1	-3.8	19.3	62.4
825 Hoteles, moteles y posadas	1.4	13.0	-4.3	-4.1	10.2	1.0	3.1	15.7	17.0
5. Comercio de bienes de consumo duradero	2.8	2.8	0.9	2.9	7.0	1.9	0.8	6.6	7.9
831 Bienes del hogar y personales	11.4	0.3	1.1	9.7	7.3	0.3	-1.0	9.8	1.2
832 Tiendas de departamento.	-12.7	21.0	2.2	3.2	6.2	-0.9	n.a.	28.6	-5.5
833 Automotrices y autopartes	-6.4	5.9	-0.1	-7.3	6.1	7.6	2.7	-2.8	23.6
6. Servicios de consumo duradero	6.4	16.3	-1.1	-0.8	29.3	-3.8	0.5	10.7	6.7
841 Reparaciones	3.0	5.0	6.1	-36.3	161.6	-0.5	-1.0	12.1	2.8
842 Educación y cultura privados	13.9	22.7	0.2	2.8	24.2	-6.4	12.9	3.0	22.1
843 Salud y asistencia social privada	2.5	15.4	-18.0	2.8	16.3	-2.9	-4.7	16.3	-1.6
TOTAL	3.7	5.7	-0.7	8.2	12.6	2.5	1.6	5.0	3.7

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Cálculos elaborados con información de los cuadros A10, A22, A25 y A28.

### *Actividades motrices en el subsistema*

Para sistematizar el análisis anterior de los cambios absolutos y los ciclos económicos de los servicios, así como para identificar los grupos “motrices”, es decir aquellos de considerable magnitud y tecnología avanzada que ejercen sobre otras actividades acciones tendientes a aumentar su tamaño, modificar sus estructuras, modernizar su forma de organización, etc. (Perroux, 1964 cit. en Garza 1980: 67) a continuación se ha utilizado la técnica de cambio y participación (cyP) de los diferentes grupos terciarios.

Dicha técnica identifica los grupos en las que una ciudad se especializa ó es competitiva al desagregar el crecimiento absoluto del PIB entre dos años en tres elementos: i) componente nacional (CN); ii) componente estructural (CE) y iii) componente competitivo (CC) (Hirsch, 1977, en Garza, 2004: 38).<sup>33</sup> El primero indica el incremento del PIB en el grupo *i* que hubiera ocurrido si éste creciera como lo hizo el conjunto del sector servicios nacional. Esencialmente, compara la tasa de crecimiento del grupo *i* en cada ciudad con la tasa de crecimiento de todo el sector servicios en el país y constituye un primer criterio para clasificar a los grupos como motrices. El segundo componente del cyP muestra el impacto de la composición del sector servicios, de modo que una ciudad que concentre un número importante de grupos con crecimiento elevado tendrá un efecto positivo en la estructura de servicios. Finalmente, el CC constituye el criterio más riguroso para clasificar a las actividades como motrices, pues compara la tasa de crecimiento de

---

<sup>33</sup> La fórmula utilizada es:

$$\Delta ZM_i = ZM_{i0} [(MEX_1/MEX_0) - 1] + ZM_{i0} [(MEX_{i1}/MEX_{i0}) - (MEX_1/MEX_0)] + ZM_{i0} [(ZM_{i1}/ZM_{i0}) - (MEX_{i1}/MEX_{i0})]$$

Donde:

$\Delta ZM_i$	es el incremento absoluto del PIB de la zona metropolitana en cuestión en el grupo de servicios <i>i</i> entre el año 1 y 0.
$ZM_{i0}$	es el PIB de la zona metropolitana en cuestión en el grupo de servicios <i>i</i> en el año 0.
$ZM_{i1}$	es el PIB de la zona metropolitana en cuestión en el grupo de servicios <i>i</i> en el año 1.
$MEX_0$	es el PIB total del sector servicios de México en el año 0.
$MEX_1$	es el PIB total del sector servicios de México en el año 1.
$MEX_{i0}$	es el PIB de México en el grupo de servicios <i>i</i> en el año 0.
$MEX_{i1}$	es el PIB de México en el grupo de servicios <i>i</i> en el año 1.

cada rama en cada ciudad con los grupos nacionales respectivos. Si la posición es positiva indica que el grupo en la ciudad es más dinámico que en el país.

No obstante, es necesario señalar que, al igual que el IEE utilizado en el inciso 1 para identificar las actividades en que se especializa el subsistema, la técnica de CyP es limitada, pues se basa en supuestos que hacen que pueda llegar a resultados inciertos, como la igualdad tanto en la ciudad en cuestión como en el ámbito nacional de la estructura del empleo y el consumo, los niveles y la distribución del ingreso, las preferencias de los consumidores y la productividad. De este modo, a fin de resolver en alguna medida dichas inconsistencias, en este trabajo se ha utilizado una versión heterodoxa de la técnica de cambio y participación propuesta por Garza (2004) que le agrega al análisis de los tres componentes los porcentajes de cada grupo respecto al cambio absoluto total (CA) y al total del componente competitivo (CC) (cuadros A31-A54).<sup>34</sup>

Como se mencionó en el inciso 2, en el período de 1980 a 1988, el incipiente crecimiento a escala nacional y del subsistema implicó que el CA en éste fuese de apenas 9 382 millones (cuadro A-31), es decir, casi el doble del experimentado en la ZMCM.<sup>35</sup> En la corona, a pesar de que su crecimiento fue mayor al nacional (4.6 y 2.4%) y al de la ZMCM (0.5%), en términos absolutos apenas fue superior al de ésta en 101 millones de pesos (4 741 contra 4 640).

En este lapso, tanto en el subsistema como en la ZMCM sólo cuatro grupos fueron motrices: i) comercio de equipos e insumos industriales (732); ii) gasolinas y combustibles (813); difusión e información (824); y automotrices y autopartes (833). En el subsistema éstos suman 13 512 millones de CA (contribuyendo la ZMCM con 94.7% del CA, pues en ella suman 12 805 millones) y representan 34.6 y 10.2% del CA total y del CC, respectivamente (cuadro 16 y A-31).<sup>36</sup> De modo que,

---

<sup>34</sup> La explicación sobre cómo se obtienen los porcentajes de CA y CC, así como la participación de los grupos motrices en el CA se encuentra en las notas del cuadro A-31.

<sup>35</sup> Los datos de la ZMCM no fueron calculados en este trabajo, pues el análisis de CyP para ésta se encuentra en un artículo publicado y aquí se utilizan dichos datos (Garza, 2004).

<sup>36</sup> Esta cifra refleja la limitación de la técnica de CyP para determinar los porcentajes en que participan los diferentes grupos en el cambio absoluto y en el componente competitivo cuando existen muchos valores negativos. Si se consideran únicamente los nueve grupos con cambio absoluto positivo, que presentan un aumento de 24 215 millones de pesos entre 1981-1988, los cuatro "motrices" absorben 55.8%, aunque sólo el grupo 732 alcanza 45.8%. De modo que el restante 44.2% del cambio absoluto positivo lo aportan los "no motrices".

más que motrices, éstos grupos fueron los que mejor resistieron la recesión económica.

En la corona, los grupos motrices fueron once, esto es, siete más que en el subsistema: i) servicios profesionales a empresas (721); ii) comercio de equipos e insumos industriales (732); iii) comercio de alimentos (811); iv) gasolinas y combustibles (813); v) servicios de aseo (822); vi) recreación y esparcimiento (823); vii) hoteles (825); viii) bienes del hogar (831); ix) tiendas departamentales (832); x) educación y cultura (842); y x) salud y asistencia social (843). Estos grupos representan 88.7 y 47.6% del CA y del CC, pero tan sólo los grupos de servicios al productor (721 y 732) contribuyen con 33.0% del CA y 35.0% del CC (cuadro 16).

Entre 1988 y 1994, la recuperación permitió que el CA se elevara a 44 271 millones de pesos en el subsistema, contribuyendo la ZMCM con 39 070 y la corona con sólo 5 201 millones de pesos. Las actividades motrices pasaron a 11 en el subsistema, es decir dos más que en la Ciudad de México, pero en la corona llegaron a 14. Su aumento permitió que dichas actividades representaran 83.7, 71.8 y 67.8% del CA total en el subsistema, la ZMCM y la corona, sin embargo su contribución al CC fue importante sólo en la corona (44.9%) ya que en el subsistema y la Ciudad de México fue de 14.0 y 13.5%. La escasa importancia del CC en el CA refleja básicamente el reestablecimiento de los niveles anteriores de los grupos afectados más que un auge del subsistema (Garza, 2004:44). En este período, la importancia de las actividades orientadas al productor se observa en que el grupo 721 concentra en el subsistema y la corona 52.7 y 25.5% del CA total, a la vez que el grupo 732, único motriz de dichas actividades en la corona contribuyó con 9.7% del CC (cuadro 16). Sin embargo, dadas las limitaciones de la técnica de CyP nos llevan a tomar éstas cifras con precaución, ya que a pesar de que el grupo 721 no fue identificado como motriz, es el que más contribuye al crecimiento absoluto del PIB terciario en la corona (25.5% del CA total), por lo debiera considerarse importante en la dinámica de la región.

## Cuadro 16

SUCM y corona del subsistema: servicios con componente competitivo (CC+) y porcentajes en el total del crecimiento absoluto (CA) y del CC+, 1980-1998

Grupos <sup>1</sup>	Subsistema									Corona								
	1980-1988			1988-1994			1994-1998			1980-1988			1988-1994			1994-1998		
	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+
I. CYSP		41.8	44.4		61.4	60.8		54.6	57.7		33.5	37.0		44.1	26.6		14.5	40.5
721		-10.9	-23.4	✓	52.7	28.6		41.6	-9.2	✓	19.1	31.8		25.5	-14.5		8.6	-12.6
731		-2.5	-8.6		4.2	-10.8		-9.3	-9.3		0.5	-2.0		6.2	-2.3	✓	4.3	5.4
732	✓	28.4	12.4		4.5	-21.4		3.8	-39.2	✓	13.9	3.2	✓	12.4	9.7		-1.6	-22.5
II. CYSC		58.2	55.6		38.6	39.2		45.4	42.3		66.5	63.0		55.9	73.4		85.5	59.5
811		6.5	-9.1	✓	-1.4	5.3		-5.8	-4.0	✓	18.2	16.9	✓	-1.5	5.4		-6.4	-2.3
812		4.0	-4.6		-2.7	-0.4		-3.1	-14.0		5.3	-2.7	✓	-3.5	0.9		5.6	-3.8
813	✓	3.8	2.9		-1.5	-1.1	✓	1.8	0.2	✓	3.5	3.1	✓	0.6	3.7		3.1	-0.2
821		0.3	-2.6	✓	5.5	3.4		-13.6	-7.3		-0.6	-3.4	✓	10.0	9.3		-10.6	-2.3
822		-2.9	-2.8	✓	1.4	3.2		-2.7	-1.1	✓	-0.3	0.8	✓	1.6	1.2		-2.3	-0.4
823		-7.5	-2.4	✓	0.7	0.2	✓	0.3	0.4	✓	2.7	6.6		0.5	-2.3		-1.8	-1.6
824	✓	0.7	1.3	✓	5.9	4.4		1.8	-1.5	✓	-0.5	-0.8	✓	2.2	1.6	✓	31.8	27.3
825		-1.3	-0.4	✓	1.1	4.7		-1.4	-2.5	✓	-0.4	1.2	✓	2.2	4.0		0.3	-0.4
831		14.6	-17.7	✓	-2.1	1.9		-2.4	-3.7	✓	24.0	10.9	✓	4.1	13.6		-2.5	-2.8
832		-9.0	-2.4		0.9	-3.7	✓	-2.7	0.1	✓	-1.4	0.5	✓	3.2	4.4	✓	0.2	1.8
833	✓	1.7	1.5		-2.6	-1.9	✓	2.3	0.9		-4.4	-9.5	✓	2.1	8.9	✓	10.5	7.1
841		-1.3	-2.9	✓	1.8	4.1		-1.4	-4.1		0.0	-0.4	✓	4.6	6.6	✓	2.5	0.4
842		1.9	-1.9	✓	8.3	1.4		-5.5	-1.5	✓	4.9	5.4	✓	14.5	6.8	✓	-0.7	4.2
843		-2.5	-3.0	✓	2.8	3.3	✓	-0.6	0.9	✓	-0.2	0.7	✓	5.4	4.6		-7.1	-4.8
Total		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0
Subtotal CC+ <sup>2</sup>		34.6	10.2		83.67	14.0		7.6	2.0		88.7	47.6		67.8	44.9		49.9	52.6
Subtotal ME <sup>3</sup>		-3.8	0.2		5.4	4.9		5.5	1.0		43.6	28.8		39.0	60.9		29.3	29.9

1 CYSP, Comercio y servicios al productor; CYSC, Comercio y servicios al consumidor.

2 El porcentaje de CA se obtiene dividiendo la suma del crecimiento absoluto del PIB de los grupos con componente competitivo positivo ("motrices"), entre el crecimiento absoluto de todos los grupos considerados (v.g., 13 512/39 047 para 1980-1988, cuadro A-31). El porcentaje del CC+ se calculó dividiendo el total del PIB de los grupos "motrices" (aquellos con CC+), entre el crecimiento absoluto de los 17 grupos considerados (3 981/39 047, *ibid*).

3 Se les denominó motrices estructurales (ME) a aquellos grupos que fueron "motrices" en dos ó tres de los períodos considerados.

Fuente: Cuadros A-31 a A-36 del anexo estadístico.

El período de 1994 a 1998 marcado por el “error” de diciembre de 1994 llevó a la economía nacional a decrecer -6.2%. Asimismo, el subsistema llevado por la dinámica macroeconómica también enfrentó una crisis al decrecer -0.02% como se señaló anteriormente. Esto ocasionó que los grupos motrices se redujeran a cinco en el subsistema, ninguno perteneciente a los servicios al productor: gasolineras (813), recreación y esparcimiento (823), tiendas departamentales (832), automotrices y autopartes (833) y salud (843). En la Ciudad de México fueron sólo tres de los anteriores: 813, 823 y 843, y en la corona seis: 731, 824, 832, 833, 841 y 842, cinco menos que en el período de la década perdida cuando también ocurrió una severa crisis económica (cuadro 16).

En el subsistema y la Ciudad de México, los grupos motrices explican un insignificante porcentaje del CA (7.6 y 2.3%, respectivamente) y del CC (2.0 y 2.2%), mientras que en la corona representan 49.9 y 52.6% del CA y el CC, respectivamente, siendo la difusión e información (824) y el comercio al mayoreo (731) las actividades que más contribuyeron (cuadro 16). Sin embargo, volvemos a encontrar una inconsistencia en la técnica de CyP, pues el grupo 721 no fue identificado como motriz ni en el subsistema ni en la ZMCM, a pesar de que contribuye con 11 918 y 11 596 millones de pesos del cambio absoluto del PIB terciario, es decir, 41.6 y 41.9% del mismo, siendo 18 veces superior a los 2 184 y 634 millones que suman los grupos motrices en el subsistema y la Ciudad de México.

Una vez identificados los grupos motrices en los tres períodos, es posible señalar los motrices estructurales, es decir, aquellos que se mantienen como motrices en el largo plazo, fuera de las fluctuaciones de la economía. Para tal propósito se consideraron como motrices estructurales aquellos grupos que lo fueron en al menos dos de los tres períodos. En el subsistema, fueron cinco los motrices estructurales (813, 823, 824, 833 y 843), cuatro en la ZMCM (822, 823, 824 y 843) y 11 en la corona (811, 813, 822, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842 y 843). Sin embargo, la contribución de éstos al aumento absoluto del PIB no fue del todo significativa, excepto en la corona, por lo que su influencia podría considerarse más bien como secundaria en la dinámica de los servicios.

En el subsistema, los cinco motrices estructurales tuvieron una participación máxima en el cambio absoluto de 5.5% en el quinquenio 1994-1998, y una mínima de -3.8% en los ochenta. Asimismo, su contribución al CC alcanzó un máximo de apenas 4.9% entre 1988 y 1994 (cuadro 16). En la ZMCM su participación máxima en el CA ocurrió entre 1988 y 1994 y fue superior a la del subsistema (10.8%) y la mínima de -13.3% en los ochenta, mientras que su mayor contribución al CC también la alcanzó en el período de recuperación relativa y fue de 2.5 por ciento. En la corona, quizá por su elevado número, los once motrices estructurales tuvieron una participación máxima en el cambio absoluto de 43.6% en los ochenta, entre 1988 y 1994 se mantuvo elevada (39.0%), pero en el quinquenio 1994-1998 alcanzó su mínima contribución (29.3%). En cuanto a su contribución al CC, la máxima tuvo lugar en el período de recuperación relativa, alcanzando 60.9%, pero tuvo un mínimo de 29.9% entre 1994 y 1998 (cuadro 16).

Dado que ninguna de las actividades orientadas al productor se encuentra dentro de las motrices estructurales en los grandes conjuntos (subsistema y corona), quizá esto permita explicar el resultado arrojado por la técnica del CYP, ya que como se ha mencionado anteriormente son éstos los grupos que más contribuyen al cambio absoluto del PIB de servicios. En cambio, en todas las zonas metropolitanas de la corona (excepto Cuernavaca) al menos uno ó dos de los grupos de servicios al productor son motrices estructurales, lo cual, además de la cantidad de grupos motrices permitiría explicar su mayor contribución al CA y al CC.

#### *Actividades motrices en la corona*

En un análisis al interior de la corona encontramos que entre 1980 y 1988, las seis zonas metropolitanas tuvieron entre 11 y 8 ramas motrices. La máxima contribución al cambio absoluto en el PIB terciario la tuvo Cuernavaca con 90.1%, y la mínima Toluca con 62.0%, mientras que la máxima participación en el CC fue Pachuca con 83.2 y la mínima Puebla-Tlaxcala con 50.3 por ciento (cuadro 17, 18 y 19).

## Cuadro 17

Cuernavaca y Cuautla: servicios con componente competitivo (CC+) y porcentajes en el total del crecimiento absoluto (CA) y del CC+, 1980-1998

Grupos <sup>1</sup>	Cuernavaca									Cuautla								
	1980-1988			1988-1994			1994-1998			1980-1988			1988-1994			1994-1998		
	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+
I. CYSP		35.2	46.2		33.7	50.2		28.7	50.3		19.1	20.3		21.4	23.1		19.1	25.7
721	✓	13.5	15.1		13.2	-15.4		-3.4	-16.6	✓	1.0	0.7		4.9	-6.3	✓	10.4	6.2
731	✓	15.4	17.0		-2.7	-13.5		-8.8	-7.3	✓	9.1	7.6		1.2	-1.7	✓	5.7	6.7
732		-6.4	-14.0	✓	17.7	21.3		-16.5	-26.4		-9.0	-12.0	✓	15.3	15.2		-2.9	-12.7
II. CYSC		64.8	53.8		66.3	49.8		71.3	49.7		80.9	79.7		78.6	76.9		80.9	74.3
811	✓	12.6	9.7	✓	-2.2	1.1		-3.8	-1.6	✓	40.7	37.4		-23.8	-18.1		-3.8	-1.0
812	✓	9.8	4.6		-12.6	-10.5	✓	7.6	1.2		-14.4	-16.9	✓	9.9	11.5	✓	10.3	5.7
813	✓	2.7	6.3	✓	1.6	3.0	✓	2.6	0.3		-3.8	-14.1	✓	0.7	1.3	✓	5.8	5.1
821		-0.1	-1.4	✓	8.3	5.3		-12.6	-6.0		-3.2	-3.6		4.8	-1.2		-18.1	-13.8
822	✓	0.2	0.7	✓	0.7	0.0		-1.7	-0.6	✓	-0.1	0.1	✓	0.8	0.2		-1.3	-0.6
823	✓	0.0	0.8	✓	3.0	3.3		-2.7	-2.5		-3.9	-1.2	✓	7.3	8.2		-1.2	-1.2
824		-1.6	-1.9	✓	1.1	0.9	✓	9.5	9.0		0.0	0.0		0.4	-0.2	✓	4.2	4.4
825	✓	-0.4	1.1		-1.3	-1.6	✓	1.8	1.3	✓	0.2	1.6	✓	9.5	10.8		-4.9	-7.6
831	✓	30.9	21.6		-16.4	-16.8		-14.8	-14.7	✓	10.4	1.5	✓	5.9	9.6		-17.3	-19.2
832	✓	-0.1	0.2	✓	2.5	3.1	✓	0.3	1.1		0.6	0.5		-1.2	-1.8	✓	0.1	0.1
833		0.4	-0.4	✓	-2.2	0.0		-4.1	-5.2	✓	2.2	1.7	✓	7.4	9.5		-9.1	-11.4
841		-0.1	-0.2	✓	1.9	1.6		-0.6	-1.7	✓	0.7	0.4		-0.9	-2.2		-0.5	-1.5
842	✓	4.6	4.0		8.7	-0.5		-3.8	-0.3	✓	0.6	0.3	✓	4.0	1.6		-1.7	-0.7
843		-1.4	-1.0	✓	3.9	2.1		-5.4	-4.1	✓	0.1	0.2	✓	2.1	0.7		-2.5	-2.1
Total		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0
Subtotal CC+ <sup>2</sup>		90.1	70.7		45.1	31.7		21.8	13.3		65.7	64.2		62.8	61.2		36.6	25.9
Subtotal ME <sup>3</sup>		13.5	17.0		5.5	9.7		6.0	6.9		5.9	-16.7		45.1	35.5		-4.4	-17.7

1 CYSP, Comercio y servicios al productor; CYSC, Comercio y servicios al consumidor.

2 El porcentaje de CA se obtiene dividiendo la suma del crecimiento absoluto del PIB de los grupos con componente competitivo positivo ("motrices"), entre el crecimiento absoluto de todos los grupos considerados (v.g., 13 512/39 047 para 1980-1988, cuadro A-31). El porcentaje del CC+ se calculó dividiendo el total del PIB de los grupos "motrices" (aquellos con CC+), entre el crecimiento absoluto de los 17 grupos considerados (3 981/39 047, *ibid*).

3 Se les denominó motrices estructurales (ME) a aquellos grupos que fueron "motrices" en dos ó tres de los períodos considerados.

Fuente: Cuadros A-37 a A-42 del anexo estadístico.

## Cuadro 18

Pachuca y Puebla-Tlaxcala: servicios con componente competitivo (CC+) y porcentajes en el total del crecimiento absoluto (CA) y del CC+, 1980-1998

Grupos <sup>1</sup>	Pachuca									Puebla-Tlaxcala								
	1980-1988			1988-1994			1994-1998			1980-1988			1988-1994			1994-1998		
	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+	Con CC	CA	CC+
I. CYSP		38.8	37.9		36.7	31.8		33.0	55.4		38.2	47.3		41.3	59.7		24.3	39.8
721	✓	6.0	5.3	✓	21.9	9.1		-22.9	-35.2	✓	16.7	19.7		11.2	-39.5		12.4	-8.3
731	✓	26.5	23.4		-3.1	-13.0	✓	4.5	6.2		-15.7	-21.1	✓	16.8	14.2	✓	3.9	4.3
732		-6.3	-9.2	✓	11.7	9.7		-5.7	-14.0		5.8	-6.5	✓	13.3	6.0		-8.0	-27.2
II. CYSC		61.2	62.1		63.3	68.2		67.0	44.6		61.8	52.7		58.7	40.3		75.7	60.2
811	✓	19.0	19.0	✓	-0.7	2.1		-5.7	-1.5	✓	11.8	9.4	✓	-2.3	1.7		-5.6	-1.7
812		-2.3	-4.5	✓	5.3	5.8	✓	11.8	1.9	✓	9.4	8.5		-5.1	-1.2		-7.0	-12.4
813		-2.3	-8.8	✓	1.1	1.2	✓	2.7	0.7		1.7	-0.6	✓	0.4	1.9		1.0	-1.5
821	✓	1.7	1.3	✓	3.2	0.7	✓	2.4	6.1	✓	2.8	2.8	✓	7.0	3.3		-7.8	-0.8
822	✓	0.1	0.5		0.2	-0.5		-1.9	-0.2	✓	-0.2	0.4	✓	1.4	0.5		-2.5	-0.4
823	✓	18.1	18.4		-28.0	-35.9		-0.1	-0.1	✓	0.1	1.0	✓	2.0	1.4		-2.9	-2.1
824	✓	0.7	0.6		-0.5	-1.2	✓	19.4	15.6		-0.3	-0.3		1.7	-0.3	✓	22.6	15.9
825		-1.1	-0.7	✓	1.3	1.2	✓	1.6	1.0	✓	0.2	0.8	✓	2.5	2.8		-1.8	-1.8
831	✓	11.9	4.9	✓	4.9	6.2		-2.9	-2.9	✓	18.5	11.4	✓	0.7	4.3	✓	4.1	2.6
832		-1.4	-0.4		-0.1	-0.4	✓	3.3	3.1		-3.5	-1.4	✓	4.0	3.6	✓	1.2	2.6
833		-0.9	-1.2	✓	3.1	4.2		-6.6	-7.3		-6.6	-9.1	✓	4.4	7.7		-0.1	-1.9
841	✓	0.7	0.6	✓	1.2	0.4	✓	3.5	1.4	✓	1.1	1.1		2.0	1.1	✓	5.3	2.6
842		-0.3	-1.1	✓	10.1	6.4	✓	-2.2	1.9	✓	4.8	4.6	✓	18.6	7.1	✓	0.5	5.6
843		-0.5	-0.2	✓	3.7	2.0		-2.8	-1.1	✓	0.8	1.4	✓	6.5	3.4		-13.3	-8.2
Total		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0
Subtotal CC+ <sup>2</sup>		84.9	83.2		68.1	53.9		51.4	46.6		66.4	50.3		79.9	52.0		37.6	45.7
Subtotal ME <sup>3</sup>		59.9	39.4		45.2	20.0		-7.3	-20.4		20.6	10.3		59.2	43.4		-18.8	2.6

1 CYSP, Comercio y servicios al productor; CYSC, Comercio y servicios al consumidor.

2 El porcentaje de CA se obtiene dividiendo la suma del crecimiento absoluto del PIB de los grupos con componente competitivo positivo ("motrices"), entre el crecimiento absoluto de todos los grupos considerados (v.g., 13 512/39 047 para 1980-1988, cuadro A-31). El porcentaje del CC+ se calculó dividiendo el total del PIB de los grupos "motrices" (aquellos con CC+), entre el crecimiento absoluto de los 17 grupos considerados (3 981/39 047, *ibid*).

3 Se les denominó motrices estructurales (ME) a aquellos grupos que fueron "motrices" en dos ó tres de los períodos considerados.

Fuente: Cuadros A-43 a A-48 del anexo estadístico.

## Cuadro 19

Querétaro y Toluca: servicios con componente competitivo (CC+) y porcentajes en el total del crecimiento absoluto (CA) y del CC+, 1980-1998

Grupos <sup>1</sup>	Querétaro									Toluca								
	1980-1988			1988-1994			1994-1998			1980-1988			1988-1994			1994-1998		
	Con CC	CA	CC+															
I. CYPSP		42.4	39.9		44.2	39.8		38.2	17.1		60.8	39.7		51.1	49.6		16.5	32.9
721	✓	11.9	12.9	✓	23.7	14.7	✓	14.5	3.0	✓	8.9	6.2	✓	31.1	17.3		1.8	-9.0
731	✓	17.4	19.0		1.0	-4.2		-2.5	-3.1		-10.6	-8.8		0.5	-5.1		12.5	12.5
732	✓	13.1	7.9	✓	19.6	20.9	✓	21.2	11.0	✓	41.2	24.7		-19.5	-27.2		-2.2	-11.4
II. CYSC		57.6	60.1		55.8	60.2		61.8	82.9		39.2	60.3		48.9	50.4		83.5	67.1
811	✓	12.9	12.4	✓	4.2	7.5		-2.5	-1.2		-6.1	-18.4	✓	0.8	4.5		-4.6	-2.3
812		1.5	-2.0	✓	1.9	4.1	✓	7.8	6.4		-4.3	-8.9	✓	-0.6	2.2		5.0	-0.4
813	✓	7.6	16.4		-2.1	-0.8	✓	5.0	7.2	✓	3.1	1.3	✓	1.9	3.1		-0.6	-2.9
821	✓	4.1	4.0	✓	7.2	5.9		-5.2	-1.2		-11.3	-9.4	✓	9.1	6.0	✓	-3.7	0.2
822	✓	0.1	0.4	✓	1.2	1.3		-0.9	-0.2		-1.1	-0.2	✓	1.6	0.8		-1.2	-0.1
823	✓	1.2	1.3	✓	1.2	1.2		-0.9	-1.6	✓	1.1	0.6	✓	3.6	3.2	✓	0.8	0.8
824	✓	0.5	0.6	✓	3.0	3.0	✓	25.0	45.4		-0.4	-0.3	✓	1.6	1.0	✓	27.1	25.3
825		-1.6	-0.4	✓	1.9	2.4		0.4	-0.2	✓	0.2	0.2	✓	0.8	0.8	✓	1.8	1.6
831	✓	14.8	6.3	✓	8.7	13.0	✓	0.6	0.6		-2.4	-15.9	✓	16.2	17.5	✓	2.6	2.1
832	✓	0.8	2.2	✓	0.9	0.2	✓	-0.2	1.6	✓	2.1	1.2	✓	3.1	2.6		-1.1	-0.1
833		-7.2	-9.0	✓	2.2	4.2	✓	5.2	7.9	✓	3.3	1.7	✓	-2.2	0.8	✓	26.8	24.1
841		-2.9	-3.3	✓	7.1	9.1	✓	-0.2	-2.7		-0.5	-0.5	✓	4.2	3.3	✓	1.4	0.2
842		1.7	-1.0	✓	11.9	6.1		-7.1	-6.2	✓	2.2	1.2		0.5	-3.3	✓	6.7	6.9
843	✓	0.5	0.8	✓	2.2	1.4		-0.8	-0.4		-1.2	-0.6	✓	2.8	1.3	✓	-0.4	0.1
Total		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0
Subtotal CC+ <sup>2</sup>		85.0	76.6		97.0	74.1		79.8	43.2		62.0	52.9		79.5	66.6		83.6	78.2
Subtotal ME <sup>3</sup>		58.9	51.0		81.1	85.6		68.7	75.8		5.0	-14.3		72.6	53.6		63.1	49.2

1 CYPSP, Comercio y servicios al productor; CYSC, Comercio y servicios al consumidor.

2 El porcentaje de CA se obtiene dividiendo la suma del crecimiento absoluto del PIB de los grupos con componente competitivo positivo ("motrices"), entre el crecimiento absoluto de todos los grupos considerados (v.g., 13 512/39 047 para 1980-1988, cuadro A-31). El porcentaje del CC+ se calculó dividiendo el total del PIB de los grupos "motrices" (aquellos con CC+), entre el crecimiento absoluto de los 17 grupos considerados (3 981/39 047, *ibid*).

3 Se les denominó motrices estructurales (ME) a aquellos grupos que fueron "motrices" en dos ó tres de los períodos considerados.

Fuente: Cuadros A-49 a A-54 del anexo estadístico.

Resulta de particular importancia que en todas ellas, al menos una de las actividades de servicios al productor fue motriz en dicho período: servicios profesionales (721), comercio al mayoreo (731) y comercio de equipos e insumos industriales (732), mismas que contribuyeron con un elevado porcentaje del cambio absoluto y del componente competitivo. Para Cuernavaca, los grupos 721 y 731 representaron 28.9 y 32.1% del CA y del CC, en Cuautla significaron 10.1 y 8.3%, en Pachuca 32.5 y 28.7%, en Puebla-Tlaxcala sólo el grupo 721 representó 16.7 y 19.7%, en Querétaro, donde fueron motrices los tres grupos de servicios al productor se alcanzaron porcentajes elevados (42.4 y 39.8% del CA y el CC) y en Toluca los grupos 721 y 732 representaron con 50.1 y 30.9 por ciento (cuadro 17, 18 y 19) .

Entre 1988 y 1994, cuando la corona creció a un ritmo superior a la Ciudad de México e incluso mayor al experimentado en el ámbito nacional, las actividades motrices permanecieron iguales ó aumentaron en todas sus ciudades, excepto en Cuautla, (cuadro 17), siendo Querétaro la que tuvo el mayor número de ramas motrices con 15 de las 17 consideradas en este trabajo (cuadro 19). En esta ocasión también fueron elevadas las contribuciones de los motrices al cambio absoluto y al CC. La mayor participación de éstos al CA ocurrió en Querétaro con 97.0%, puesto que el 89.0% de sus grupos estaban incluidos y la mínima tuvo lugar en Cuernavaca (45.1%). En cuanto a las aportaciones al CC, el mayor tuvo lugar en Querétaro con 74.1%, donde tan sólo los grupos 721 y 732 significaron 35.6% del mismo, y el mínimo fue de 31.7% en Cuernavaca también con una elevada participación de 21.3% del comercio de equipos e insumos industriales (732). En este período después de los grupos motrices de la ZMQ, los de Pachuca, Puebla-Tlaxcala y Toluca tuvieron las contribuciones más elevadas al CA y el CC (cuadros 18 y 19). Asimismo, en todas ellas, los grupos de servicios al productor fueron los que aportaron el mayor porcentaje de dichos indicadores.

Por último, en el quinquenio de 1994 a 1998 cuando la corona experimentó su peor etapa de crecimiento, las actividades motrices se redujeron significativamente, siendo Cuernavaca, Cuautla y Puebla-Tlaxcala las que menos tuvieron, y Toluca, Pachuca y Querétaro las que más. Lo anterior provocó que la

contribución al cambio absoluto se redujera dramáticamente y sólo se mantuviera elevado en aquellas zonas metropolitanas que mantuvieron un mayor número de ramas motrices. Asimismo, la participación de éstas en el CC disminuyó alcanzando un mínimo de 13.3% en Cuernavaca, dado que ningún grupo de servicios al productor fue motriz durante dicho período, y un máximo de 78.2% en Toluca, seguida de Pachuca (46.6%), Puebla-Tlaxcala (45.7%) y Querétaro (43.2 por ciento) (cuadros 17-19).

Los grupos motrices estructurales, varían entre las diferentes urbes de la corona y no es necesario enumerarlos para cada una de ellas. En términos generales, no obstante, se puede decir que éstos, a diferencia de lo observado en el análisis de los conjuntos urbanos, contribuyen con un mayor porcentaje del cambio absoluto del PIB terciario en todos los períodos de estudio, quizá porque los grupos motrices son muchos, pero también porque en todas las urbes, excepto Cuernavaca, tienen al menos una actividad de servicios al productor como motriz estructural y éstas aportan un elevado porcentaje a dicho indicador (cuadro 17, 18 y 19). Asimismo, su participación en el CC es mayor a la experimentada en el subsistema y la ZMCM, aunque sus niveles de contribución más bajos, ocurridos en Pachuca (-20.4%) durante el quinquenio de 1994-1998, Cuautla en los ochentas (-16.7%) y en el período 1994-1998 (-17.7%) y Toluca (-14.3%) en los ochenta, estuvieron muy por debajo del mínimo del subsistema y la Ciudad de México. De modo, que sólo Puebla-Tlaxcala y Querétaro presentan ramas motrices más sólidas pues contribuyen de manera importante al CC durante los tres períodos considerados.

Lo anterior indica que aún cuando la ZMCM concentra la mayor proporción de servicios al productor en el subsistema, la dinámica de dichos grupos ha sido menor que la experimentada en las urbes de la corona y por ello en éstas su contribución al CA y al CC es mayor. Este panorama permite nuevamente considerar que podríamos estar presenciando los primeros momentos de la conformación de una megalópolis de servicios al productor con centro en la Ciudad de México.

## Conclusiones

Desde la década de los setenta Unikel, Garza y Ruíz señalaban que si la ZMCM avanzaba en su influencia hacia el Valle de Toluca seguramente se conformaría una megalópolis con la zona metropolitana de Toluca-Lerma en forma semejante a la de Tokio con Yokohama ó a la de Nueva York con algunas ciudades cercanas (Unikel, et. al, 1976: 138). Más adelante, Garza confirmaría la emergencia de la megalópolis en 1980, cuando la ZMCM se une con la ZMT al incorporar ambas los municipios de Lerma y Huixquilucan (Garza, 1987) y estimaría que alrededor del 2020 se incorporarán a la megalópolis Cuernavaca y Pachuca; hacia el 2030 Puebla y Tlaxcala, así como Querétaro y San Juan del Río en la siguiente década, para construir una megalópolis de 36.7 millones de personas en el 2050 (Garza, 2002).

Recientemente, diferentes autoridades, como el INEGI y el Conapo,<sup>37</sup> han reconocido que en México se está conformando una megalópolis en la región centro del país al vincularse, funcional y territorialmente, con la Zona Metropolitana de la Ciudad de México las zonas metropolitanas de Querétaro, Pachuca, Puebla-Tlaxcala, Cuautla, Cuernavaca y Toluca. De modo que, siguiendo a Gottman se ha abandonado la idea de ciudad como unidad en la que personas, actividades y producción se concentran en una pequeña área claramente diferenciada de sus fronteras no urbanas (1961:5) y se ha aceptado que las ciudades crecen hasta alcanzar cierta contigüidad con urbes cercanas aunque no se trate de tejidos urbanos continuos. Así, la megalópolis se caracteriza por ser un nuevo ámbito de concentración que denota un sistema de ciudades con importantes relaciones entre sí que ha desarrollado un tipo de supremacía política, económica y cultural. Por esta razón, en este trabajo se ha optado por denominar al Subsistema Urbano de la Ciudad de México como sinónimo de megalópolis.

La importancia de esta región la denota su concentración poblacional y económica. A pesar de que sus entidades ocupan 5.0% del territorio nacional el SUCM representa una cuarta parte de la población total, un tercio de la urbana y

---

<sup>37</sup> Conapo (2002), "La distribución territorial de la población y los flujos migratorios internos: el sistema nacional de ciudades", [http://www.conapo.gob.mx/prensa/carpetas/carpeta2002\\_13.htm](http://www.conapo.gob.mx/prensa/carpetas/carpeta2002_13.htm); INEGI (2005), Comunicado de prensa.

42.0% del producto interno bruto del país. Sin embargo, poco se conoce la estructura, especialización, concentración y dinámica económica del subsistema, particularmente del sector servicios. Este se ha convertido incuestionablemente en uno de los más importantes de estudiar pues en 2001 absorbió 63.9% del PIB nacional y para el primer trimestre de 2005, de acuerdo con cifras preliminares, se elevó a 66.3% del mismo.<sup>38</sup>

Este trabajo, precisamente, intenta contribuir a avanzar en el conocimiento de la organización espacial de los servicios planteándose dos preguntas: i) si la reducción de la concentración de los servicios en la ZMCM se ha traducido en el surgimiento de una región polinuclear de alta concentración en servicios al productor; y ii) si existe una complementariedad dentro de las urbes del subsistema. A continuación se presentan las evidencias que surgen del análisis realizado y que permiten responder a estas interrogantes.

#### *Hacia una megalópolis de servicios al productor*

A escala nacional, pero particularmente en el SUCM, ocurre un cambio en la estructura del sector servicios a favor de los servicios al productor: en México, pasaron de 42.3% a 54.4% del PIB terciario entre 1980 y 1998, mientras en el subsistema lo hicieron de 48.0 a 61.1%. No obstante, dentro de éste sólo en la ZMCM se observa claramente dicha transformación pues los porcentajes fueron superiores a los del país. En cambio, en la corona el comercio y los servicios al productor apenas ganan cinco puntos porcentuales en todo el período, para terminar en 45.1% del PIB total de servicios, cifra con la cual apenas se acerca al valor que tenía México en 1980.

De tal manera, hasta finales del siglo XX, el cambio estructural en el subsistema se debe fundamentalmente a la transformación de la base terciaria en la Ciudad de México. No obstante, se vislumbra como un proceso en ciernes, la conformación del subsistema en un ámbito especializado en servicios al productor,

---

<sup>38</sup> Incluye el comercio, restaurantes y hoteles; transporte, almacenaje y comunicaciones; servicios financieros, seguros y actividades inmobiliarias; y servicios comunales, sociales y personales. Cálculo elaborado con datos de INEGI, Producto interno bruto por gran división, [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).

tanto por el cambio en la naturaleza de los servicios, como por el surgimiento de una región polinuclear.

El anterior planteamiento se apoya en los cambios que entre 1980 y 1998 presentaron las diferentes urbes en la estructura de los servicios. En la ZMCM las actividades orientadas al productor pasaron de 49.1 a 63.6%, en Querétaro de 25.6 a 47.0%, en Pachuca de 26.2 a 37.4%, en Toluca de 27.7 a 36.2%, en Cuautla de 23.2 a 31.3% y en Cuernavaca de 28.5 a 35.7%. El caso de Puebla-Tlaxcala es particular, pues en 1980 dichas actividades representaban 49.8% de su producción terciaria, superando incluso la participación de las mismas en el ámbito nacional y en la ZMCM. De modo que, no obstante hayan caído a 45.1% en 1998, aún superan la contribución de la corona.

A pesar de que la caída de la participación de la Ciudad de México en actividades orientadas al productor no se ha traducido en una desconcentración de las mismas hacia la corona, ya que en ésta también se reduce a partir de 1988, el surgimiento de una región polinuclear podría sustentarse en el hecho de que en las zonas metropolitanas de Querétaro, Pachuca, Puebla-Tlaxcala y Toluca, las actividades orientadas al productor presentaron elevados índices de especialización, experimentaron una contribución importante al PIB terciario de la corona y han tenido un comportamiento más dinámico que en la ZMCM, quizá porque son éstas las urbes que más ganaron en el proceso de descentralización industrial.

Además, el gran dinamismo demográfico de la corona, que se refleja en la importancia de las actividades orientadas al consumidor y en una mayor participación de las del productor dentro del subsistema, y el hecho de que en la ZMCM el comercio y servicios al productor cayó mucho menos que el comercio y servicios al consumidor, podrían indicar que la megalópolis está en un proceso inicial de estructuración funcional.

Sin embargo, las afirmaciones anteriores deberán probarse mediante una investigación que abarque todas las zonas metropolitanas del país para determinar con precisión la distribución espacial de los servicios.

### *La funcionalidad de la megalópolis en ciernes*

Si se habla de una megalópolis debe existir, según nuestra definición, un nivel elevado de funcionalidad y complementariedad entre las urbes que la conforman: ¿podemos afirmar que ésto ocurre en el subsistema de la Ciudad de México? No se efectuó un análisis de flujos entre las ciudades que lo conforman para determinar lo anterior, pero de manera indirecta el análisis de la especialización y la dinámica de las actividades permite detectar algunas evidencias al respecto.

La especialización diferenciada en el subsistema podría traducirse en una complementariedad entre sus urbes. Hasta el momento, la Ciudad de México, Pachuca, Puebla-Tlaxcala y Querétaro son metrópolis de servicios de alta gestión. Toluca, aunque tiene una importante contribución de éstos al crecimiento y dinámica de la producción, es una metrópoli de servicios tradicionales, y Cuernavaca y Cuautla son metrópolis de servicios turísticos, educativos y culturales.

Asimismo, dada la elevada participación de las metrópolis de la corona en algunas ramas de las actividades orientadas al productor y al consumidor, es posible afirmar que son complementarias a la Ciudad de México. Puebla-Tlaxcala, Querétaro y Pachuca proveen a ésta de cierta parte de los servicios al productor que requiere, mientras que Cuernavaca, Cuautla y Querétaro prestan los servicios turísticos que demandan los habitantes de la gran ciudad. Por último, la zonas metropolitanas de Toluca y Pachuca aportan algunos de los requerimientos de servicios de limpieza y aseo personal, bienes del hogar y personales, automotrices y reparaciones que tienen los habitantes de la urbe.

El análisis de la dinámica del subsistema y sus actividades motrices muestra también cierta complementariedad, en la medida que la corona, particularmente Querétaro y Toluca, actúa amortiguando los ciclos recesivos y reforzando el crecimiento en períodos de recuperación económica. Además, la participación de uno ó dos de los grupos de servicios al productor, como actividades motrices dentro de las urbes de la corona, muestran su creciente importancia en el ámbito regional, ya que la contribución de éstos al cambio

absoluto y al componente competitivo en la corona resulta superior a los experimentados en la ZMCM en todo el período de estudio.

Para promover la funcionalidad de la megalópolis de acuerdo con los requerimientos de la inserción de México en la economía internacional, hace falta esfuerzo por parte de los gobiernos federal, estatales y municipales, para impulsar la creación de una infraestructura que permita una mayor complementariedad, de manera que las empresas y las personas puedan en realidad aprovechar las ventajas que presenta la cercanía y la especialización diferenciada entre las urbes. Así, la construcción del nuevo tren suburbano, el nuevo periférico que conectará a estas ciudades y los nuevos proyectos que sigan efectuándose en la región centro, permitirán en un futuro reevaluar las conclusiones de este trabajo y quizá afirmar de manera determinante que la megalópolis es una realidad funcional para el desarrollo económico y urbano de México.

## Bibliografía

- Aguilar, Adrián (2004), "Introducción", en Adrián Guillermo Aguilar (coord.), *Procesos metropolitanos y grandes ciudades: dinámicas recientes en México y otros países*, México, H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura/UNAM/CONACYT, (p. 5-15).
- Azzoni, Carlos Roberto. Quão grande é exagerado?: Dinâmica populacional, eficiência econômica e qualidade de vida na cidade de São Paulo. *EURE (Santiago)*, dic. 1999, **25** (76):105-123.
- Blair, John P. (1995), *Local economic development: analysis and practice*, California, Sage Publications.
- Chavez, Ana María y Guadarrama Julio (2004), "La región central de México en transición: tendencias económicas y migratorias a finales del milenio", Adrián Guillermo Aguilar (coord.), *Procesos metropolitanos y grandes ciudades: dinámicas recientes en México y otros países*, México, H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura/UNAM/CONACYT, (p.147-187).
- Chion, Miriam. Dimensión metropolitana de la globalización: Lima a fines del siglo XX, *EURE (Santiago)*, **28** (85): 71-87.
- Ciccolella, Pablo. Globalización y dualización en la Región Metropolitana de Buenos Aires: Grandes inversiones y reestructuración socioterritorial en los años noventa. *EURE (Santiago)*, **25** (76): 5-27.
- Cuce N., E. (2000). Reestruturação econômica e território: expansão recente do terciário na marginal do rio Pinheiros. Tesis doctoral. San Pablo, Brasil. Universidad de San Pablo. Facultad de Arquitectura y Urbanismo.
- Daniels, P.W. (1993), *Services and the global system of cities*, Daniels, P.W. *Service Industries in the World Economy*, Cambridge, Mass, Blackwell, (pp. 113-142)
- De Mattos, Carlos (1999), Santiago de Chile, globalización y expansión metropolitana: lo que existía sigue existiendo, *EURE (Santiago)*, **25** (76): 29-56.
- \_\_\_\_\_ (2004), "Santiago de Chile de cara a la globalización", Adrián Guillermo Aguilar (coord.), *op.cit.*
- García-Milà T. y T.J. Mc Guire (1998). A note on the shift to a service-based economy and the consequences for regional growth. *Journal of Regional Science*, **38** (2): 353-363.
- Garza, G. (1980), *Industrialización de las principales ciudades de México*, El Colegio de México.
- \_\_\_\_\_ (1986), "El futuro de la Ciudad de México: megalópolis emergente", G. Garza (coord.), *Atlas de la Ciudad de México*, México, DDF/ El Colegio de México.
- \_\_\_\_\_ (1985), *El proceso de industrialización en la Ciudad de México, 1821-1970*, México, El Colegio de México.

\_\_\_\_\_ (2002), "Evolución de las ciudades mexicanas en el siglo XX", *Notas. Revista de información y análisis*, (19): 7-16.

\_\_\_\_\_ (2003), *La Revolución Terciaria*, (en prensa)

\_\_\_\_\_ (2003b), *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*, **19** (1): 115-76.

Gottmann, Jean (1961), *Megalopolis: The Urbanized Northeastern Seaboard of the United States*. New York, The Twentieth Century Fund.

Greenhalgh C. y M. Gregory (2001), "Structural Change and the emergence of new service economy", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, **63**: 629-646.

Hildebrand, George H. y A. Mace (1950), The employment multiplier in an expanding industrial market: el Condado de Los Angeles, 1940-1947, *Review of Economics and Statistics*, **32** (3): 241-249.

Mattila, John M. y W.R. Thompson (1961), The measurement of the economic base of the metropolitan area, en J.P. Gibbs (coord.), *Urban Research Methods*, Nueva York, D. Van Nostrand Company Inc., (p. 329-349).

Parnreiter, Christof (2002), "Ciudad de México: el camino hacia una ciudad global", *Revista EURE*, **28** (85): 89-119.

Sassen, Saskia (2003), "Localizando ciudades en circuitos globales", *Revista EURE*, **29** (88): 5-27.

Sobrino, Jaime (2003), *Competitividad de las ciudades en México*, México, El Colegio de México.

Stanback, T. (1984), El cambiante entorno urbano y la ubicación de las actividades económicas, Stanback et. al., *Servicios la nueva economía*, México, Publigráficos, (p. 90-109).

Unikel, Luis, Crescencio Ruíz y Gustavo Garza (1976), *El desarrollo urbano de México*, México, El Colegio de México.

# **Apéndice estadístico**

## Cuadro A

### Subsistema urbano de la Ciudad de México: conformación por zona metropolitana

Zona Metropolitana		Municipios	
Clave estatal		Clave municipal	
	<b>Puebla</b>		
21	<i>Puebla</i>	114	Puebla
		015	Amozoc
		041	Cuautlancingo
		140	San Pedro Cholula
		034	Coronando
		090	Juan C. Bonilla
		106	Ocoyucan
		119	San Andrés Cholula
		125	San Gregorio Atzompa
		074	Huejotzingo
		136	San Miguel Xoxtla
29	<i>Tlaxcala</i>	025	San Pablo del Monte
		027	Tenancingo
		041	Papalotla de Xicohténcatl
		042	Xicohtzingo
		044	Zacatelco
		028	Teolocholco
15	<b>Toluca (Estado de México)</b>	106	Toluca
		051	Lerma
		054	Metepec
		055	Mexicalcingo
		076	San Mateo Atenco
		118	Zinacantepec
		005	Almoloya de Juárez
		062	Ocoyoacac
		067	Otzolotepec
		115	Xonacatlán
22	<b>Querétaro</b>	014	Querétaro
		006	Corregidora
		011	El Marqués
17	<b>Cuernavaca (Morelos)</b>	007	Cuernavaca
		011	Jiutepec
		018	Temixco
		008	Emiliano Zapata

**Cuadro A (continuación)**  
**Subsistema urbano de la Ciudad de México: conformación por zona metropolitana**

Zona Metropolitana		Municipios	
Clave estatal		Clave municipal	
17	<b>Cuatla (Morelos)</b>	006	Cuatla
		029	Yautepec
		002	Atlatlahuacan
		004	Ayala
13	<b>Pachuca (Hidalgo)</b>	048	Pachuca de Soto
		051	Mineral de la Reforma
	<b>Ciudad de México</b>		
09	<i>Distrito Federal</i>	014	Benito Juárez
		015	Cuauhtémoc
		016	Miguel Hidalgo
		017	Venustiano Carranza
		010	Álvaro Obregón
		002	Azcapotzalco
		003	Coyoacán
		005	Gustavo A. Madero
		006	Iztacalco
		007	Iztapalapa
		008	Magdalena Contreras
		004	Cuajimalpa de Morelos
		012	Tlalpan
		013	Xochimilco
		011	Tláhuac
		009	Milpa Alta
15	<i>Estado de México</i>	104	Tlalnepantla
		031	Chimalhuacán
		033	Ecatepec
		057	Naucalpan
		013	Atizapán de Zaragoza
		024	Cuautitlán
		070	Paz, La
		109	Tultitlán
		020	Coacalco de Berriozabal
		037	Huixquilucan
		058	Nezahualcóyotl
		011	Atenco
		121	Cuautitlán Izcalli

**Cuadro A (continuación)**  
**Subsistema urbano de la Ciudad de México: conformación por zona metropolitana**

Zona Metropolitana		Municipios	
Clave estatal		Clave municipal	
15	<i>Estado de México</i>	029	Chicoloapan
		028	Chiautla
		025	Chalco
		030	Chiconcuac
		039	Ixtapaluca
		060	Nicolás Romero
		081	Tecámac
		099	Texcoco
		002	Acolman
		053	Melchor Ocampo
		091	Teoloyucán
		095	Tepotzotlán
		100	Tezoyuca
		108	Tultepec
		122	Valle de Chalco Solidaridad
		038	Isidro Fabela
		044	Jaltenco
		046	Jilotzingo
		059	Nextlalpan
		092	Teotihuacan
		022	Cocotitlán
		023	Coyotepec
		035	Huehuetoca
		069	Papalotla
		075	San Martín de las Pirámides
		083	Temamatla
		120	Zumpango
13	<i>Hidalgo</i>	069	Tizayuca

Fuente: Garza, G (2003), *La urbanización de México en el siglo xx*, México, El Colegio de México.

## Cuadro A-1

### México: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	115 461 674	133 772 154	201 064 050	241 864 217
1. Servicios profesionales	44 187 013	45 613 886	94 865 078	119 864 855
721 Servicios profesionales a empresas	44 187 013	45 613 886	94 865 078	119 864 855
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	71 274 661	88 158 268	106 198 972	121 999 362
731 Comercio al mayoreo	29 641 061	31 611 181	41 076 655	39 462 900
732 Comercio de equipos e insumos industriales	41 633 600	56 547 087	65 122 317	82 536 462
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	157 189 358	195 205 117	203 758 545	202 636 148
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	35 641 568	58 948 042	48 035 924	53 163 201
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	20 647 842	33 407 817	28 550 456	26 166 800
812 Supermercados	13 239 418	18 754 375	15 263 126	20 766 396
813 Gasolineras y combustibles.	1 754 308	6 785 850	4 222 342	6 230 005
4. Servicios de consumo inmediato	42 514 971	37 037 130	49 034 848	44 577 045
821 Preparación de alimentos y bebidas	13 423 185	14 947 011	21 240 392	16 080 412
822 Servicios de aseo y limpieza personal	3 872 121	3 006 492	3 939 649	2 913 058
823 Recreación y esparcimiento	5 961 947	2 304 016	3 204 966	3 176 939
824 Difusión e información	7 890 057	7 883 329	11 818 555	12 942 062
825 Hoteles, moteles y posadas	11 367 661	8 896 282	8 831 287	9 464 574
5. Comercio de bienes de consumo duradero	58 545 274	77 065 202	71 706 300	71 802 330
831 Bienes del hogar y personales	32 257 072	54 085 025	50 282 422	50 659 002
832 Tiendas de departamento.	9 702 982	5 407 947	7 038 742	5 522 786
833 Automotrices y autopartes	16 585 220	17 572 230	14 385 136	15 620 542
6. Servicios de consumo duradero	20 487 545	22 154 744	34 981 473	33 093 572
841 Reparaciones	9 172 287	9 474 486	10 823 037	12 115 112
842 Educación y cultura privados	5 196 207	7 183 940	15 575 411	13 256 246
843 Salud y asistencia social privada	6 119 051	5 496 318	8 583 024	7 722 214
TOTAL	272 651 032	328 977 271	404 822 595	444 500 366

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-1.

## Cuadro A-2

### México: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	465 219	910 421	1 544 570	2 370 864
1. Servicios profesionales	173 688	476 960	865 239	1 499 650
721 Servicios profesionales a empresas	173 688	476 960	865 239	1 499 650
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	291 531	433 461	679 331	871 214
731 Comercio al mayoreo	141 273	160 485	267 381	334 390
732 Comercio de equipos e insumos industriales	150 258	272 976	411 950	536 824
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 978 986	2 974 531	4 465 269	5 334 605
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	631 699	851 846	1 319 773	1 518 667
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	538 593	681 727	1 101 570	1 183 749
812 Supermercados	72 221	143 525	181 282	278 402
813 Gasolineras y combustibles.	20 885	26 594	36 921	56 516
4. Servicios de consumo inmediato	484 323	691 463	1 066 175	1 263 133
821 Preparación de alimentos y bebidas	265 634	385 092	640 632	763 954
822 Servicios de aseo y limpieza personal	66 590	85 007	135 069	173 288
823 Recreación y esparcimiento	31 563	42 413	70 724	83 243
824 Difusión e información	33 852	49 036	67 470	64 230
825 Hoteles, moteles y posadas	86 684	129 915	152 280	178 418
5. Comercio de bienes de consumo duradero	534 113	884 043	1 213 769	1 394 988
831 Bienes del hogar y personales	399 074	726 633	988 046	1 151 424
832 Tiendas de departamento.	55 199	38 588	71 681	75 755
833 Automotrices y autopartes	79 840	118 822	154 042	167 809
6. Servicios de consumo duradero	328 851	547 179	865 552	1 157 817
841 Reparaciones	144 111	258 240	388 144	477 809
842 Educación y cultura privados	112 376	155 686	257 454	359 533
843 Salud y asistencia social privada	72 364	133 253	219 954	320 475
<b>TOTAL</b>	<b>2 444 205</b>	<b>3 884 952</b>	<b>6 009 839</b>	<b>7 705 469</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-2.

## Cuadro A-3

### México: número de establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

Denominación <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	52 119	98 961	188 077	284 388
1. Servicios profesionales	21 830	57 988	117 532	171 887
721 Servicios profesionales a empresas	21 830	57 988	117 532	171 887
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	30 289	40 973	70 545	112 501
731 Comercio al mayoreo	12 172	11 309	18 567	26 885
732 Comercio de equipos e insumos industriales	18 117	29 664	51 978	85 616
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	785 716	1 067 825	1 723 183	2 097 860
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	353 570	419 366	683 129	775 931
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	347 809	411 120	671 535	747 373
812 Supermercados	3 352	5 756	8 530	24 378
813 Gasolineras y combustibles.	2 409	2 490	3 064	4 180
4. Servicios de consumo inmediato	145 140	180 106	297 186	382 194
821 Preparación de alimentos y bebidas	94 074	117 019	192 941	234 872
822 Servicios de aseo y limpieza personal	32 965	42 475	69 160	101 759
823 Recreación y esparcimiento	7 179	8 321	20 976	26 406
824 Difusión e información	3 609	4 618	4 245	7 275
825 Hoteles, moteles y posadas	7 313	7 673	9 864	11 882
5. Comercio de bienes de consumo duradero	184 971	294 509	456 330	555 244
831 Bienes del hogar y personales	171 746	272 359	421 744	512 953
832 Tiendas de departamento.	1 841	808	2 479	2 881
833 Automotrices y autopartes	11 384	21 342	32 107	39 410
6. Servicios de consumo duradero	102 035	173 844	286 538	384 491
841 Reparaciones	67 644	114 039	184 576	238 332
842 Educación y cultura privados	6 692	10 936	20 938	30 037
843 Salud y asistencia social privada	27 699	48 869	81 024	116 122
TOTAL	837 835	1 166 786	1 911 260	2 382 248

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-3.

## Cuadro A-4

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	64 761 687	70 589 053	104 725 843	114 982 514
1. Servicios profesionales	28 016 680	23 757 358	53 074 360	64 993 102
721 Servicios profesionales a empresas	28 016 680	23 757 358	53 074 360	64 993 102
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	36 745 007	46 831 695	51 651 483	50 083 258
731 Comercio al mayoreo	13 433 964	12 438 893	14 778 584	12 126 567
732 Comercio de equipos e insumos industriales	23 311 043	34 392 801	36 872 899	37 956 691
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	70 026 354	73 581 363	83 715 845	73 662 605
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	13 879 423	19 471 088	16 394 277	14 356 281
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	7 376 906	9 926 369	9 166 783	7 498 337
812 Supermercados	6 212 107	7 784 247	6 278 627	5 402 005
813 Gasolineras y combustibles.	290 410	1 760 473	948 866	1 455 939
4. Servicios de consumo inmediato	19 519 510	15 346 199	23 484 058	18 360 961
821 Preparación de alimentos y bebidas	6 141 594	6 263 835	9 336 492	5 438 025
822 Servicios de aseo y limpieza personal	2 298 663	1 171 936	1 941 525	1 179 911
823 Recreación y esparcimiento	3 902 405	979 579	1 393 853	1 466 882
824 Difusión e información	5 178 669	5 456 669	8 741 314	9 243 001
825 Hoteles, moteles y posadas	1 998 179	1 474 180	2 070 874	1 655 591
5. Comercio de bienes de consumo duradero	26 876 944	29 765 653	27 682 562	26 858 243
831 Bienes del hogar y personales	14 212 410	19 927 093	18 774 629	18 076 625
832 Tiendas de departamento.	6 747 900	3 239 807	3 746 829	2 965 039
833 Automotrices y autopartes	5 916 633	6 598 754	5 161 104	5 816 579
6. Servicios de consumo duradero	9 750 477	8 998 422	16 154 949	14 060 101
841 Reparaciones	3 703 595	3 183 301	4 166 923	3 757 012
842 Educación y cultura privados	3 052 067	3 796 451	8 409 893	6 831 799
843 Salud y asistencia social privada	2 994 815	2 018 670	3 578 132	3 410 912
<b>TOTAL</b>	<b>134 788 042</b>	<b>144 170 416</b>	<b>188 441 688</b>	<b>188 247 419</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-5

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación <sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	223 603	379 863	643 270	878 861
1. Servicios profesionales	98 999	204 928	373 408	592 690
721 Servicios profesionales a empresas	98 999	204 928	373 408	592 690
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	124 604	174 936	269 862	286 171
731 Comercio al mayoreo	55 687	46 886	80 469	91 114
732 Comercio de equipos e insumos industriales	68 917	128 049	189 393	195 057
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	700 790	932 931	1 410 274	1 579 944
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	180 455	235 309	343 895	390 315
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	123 474	180 950	275 458	303 495
812 Supermercados	50 805	48 472	60 427	75 199
813 Gasolineras y combustibles.	6 176	5 887	8 010	11 621
4. Servicios de consumo inmediato	173 809	217 050	356 798	374 003
821 Preparación de alimentos y bebidas	98 424	131 175	221 579	234 115
822 Servicios de aseo y limpieza personal	32 691	35 969	59 883	61 103
823 Recreación y esparcimiento	12 599	12 120	23 708	27 029
824 Difusión e información	12 614	18 309	29 995	23 482
825 Hoteles, moteles y posadas	17 482	19 476	21 633	28 274
5. Comercio de bienes de consumo duradero	210 175	285 270	409 416	435 904
831 Bienes del hogar y personales	153 290	227 915	322 547	349 326
832 Tiendas de departamento.	27 032	20 861	38 198	37 610
833 Automotrices y autopartes	29 853	36 494	48 671	48 968
6. Servicios de consumo duradero	136 350	195 302	300 165	379 722
841 Reparaciones	52 365	78 433	112 623	132 147
842 Educación y cultura privados	53 473	75 987	116 495	152 374
843 Salud y asistencia social privada	30 512	40 883	71 047	95 201
<b>TOTAL</b>	<b>924 393</b>	<b>1 312 794</b>	<b>2 053 544</b>	<b>2 458 805</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-6

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: número de establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación <sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	21 410	33 550	57 827	80 446
1. Servicios profesionales	9 362	18 230	34 364	48 509
721 Servicios profesionales a empresas	9 362	18 230	34 364	48 509
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	12 048	15 319	23 463	31 937
731 Comercio al mayoreo	4 550	4 613	5 397	7 675
732 Comercio de equipos e insumos industriales	7 498	10 707	18 066	24 262
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	257 979	320 396	494 167	595 658
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	100 537	115 894	170 800	200 020
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	99 623	114 548	168 952	195 228
812 Supermercados	467	991	1 472	4 337
813 Gasolineras y combustibles.	447	355	376	455
4. Servicios de consumo inmediato	46 512	54 610	89 841	105 275
821 Preparación de alimentos y bebidas	28 534	34 631	54 005	61 663
822 Servicios de aseo y limpieza personal	14 393	16 437	29 017	34 760
823 Recreación y esparcimiento	1 812	1 833	4 819	6 648
824 Difusión e información	697	854	980	1 005
825 Hoteles, moteles y posadas	1 076	855	1 020	1 199
5. Comercio de bienes de consumo duradero	75 282	99 440	153 183	174 257
831 Bienes del hogar y personales	71 362	92 902	143 248	162 726
832 Tiendas de departamento.	262	222	590	490
833 Automotrices y autopartes	3 658	6 315	9 345	11 041
6. Servicios de consumo duradero	35 648	50 452	80 343	116 106
841 Reparaciones	23 555	33 799	50 097	73 354
842 Educación y cultura privados	2 738	4 379	8 479	12 628
843 Salud y asistencia social privada	9 355	12 274	21 767	30 124
<b>TOTAL</b>	<b>279 389</b>	<b>353 945</b>	<b>551 994</b>	<b>676 104</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-7

### Zona Metropolitana de la Ciudad de México: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	60 740 835	64 688 867	96 279 419	106 208 013
1. Servicios profesionales	27 293 825	21 962 223	49 807 552	61 403 397
721 Servicios profesionales a empresas	27 293 825	21 962 223	49 807 552	61 403 397
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	33 447 010	42 726 645	46 471 867	44 804 617
731 Comercio al mayoreo	12 019 446	10 996 716	12 977 827	10 165 494
732 Comercio de equipos e insumos industriales	21 427 564	31 729 929	33 494 039	34 639 123
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	63 065 175	63 757 610	71 237 276	60 874 908
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	12 152 614	16 221 481	13 398 647	11 277 190
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	6 621 290	8 146 521	7 471 670	6 045 166
812 Supermercados	5 274 737	6 546 871	5 242 830	4 157 064
813 Gasolineras y combustibles.	256 587	1 528 089	684 146	1 074 961
4. Servicios de consumo inmediato	18 053 652	13 831 329	21 018 332	15 866 277
821 Preparación de alimentos y bebidas	5 449 929	5 607 265	8 104 994	4 605 936
822 Servicios de aseo y limpieza personal	2 107 075	998 229	1 675 598	1 002 431
823 Recreación y esparcimiento	3 796 125	721 680	1 108 888	1 251 434
824 Difusión e información	4 995 003	5 299 141	8 454 316	7 760 378
825 Hoteles, moteles y posadas	1 705 520	1 205 014	1 674 535	1 246 097
5. Comercio de bienes de consumo duradero	24 038 902	25 903 187	23 276 646	22 144 679
831 Bienes del hogar y personales	12 749 794	17 115 641	15 723 826	15 121 790
832 Tiendas de departamento.	6 529 938	3 101 015	3 424 420	2 633 542
833 Automotrices y autopartes	4 759 170	5 686 531	4 128 400	4 389 347
6. Servicios de consumo duradero	8 820 007	7 801 613	13 543 651	11 586 762
841 Reparaciones	3 330 926	2 811 001	3 529 717	3 025 674
842 Educación y cultura privados	2 799 284	3 268 420	7 045 806	5 492 550
843 Salud y asistencia social privada	2 689 797	1 722 193	2 968 128	3 068 538
<b>TOTAL</b>	<b>123 806 010</b>	<b>128 446 478</b>	<b>167 516 695</b>	<b>167 082 921</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-4.

## Cuadro A-8

### Zona Metropolitana de la Ciudad de México: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	207 819	336 874	561 477	743 638
1. Servicios profesionales	93 433	183 746	333 486	511 322
721 Servicios profesionales a empresas	93 433	183 746	333 486	511 322
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	114 386	153 129	227 991	232 316
731 Comercio al mayoreo	52 835	38 695	64 063	69 033
732 Comercio de equipos e insumos industriales	61 551	114 433	163 928	163 283
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	600 722	763 079	1 119 417	1 217 227
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	150 445	187 173	262 498	293 228
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	119 989	142 207	207 680	227 158
812 Supermercados	24 885	40 435	48 654	57 712
813 Gasolineras y combustibles.	5 571	4 531	6 164	8 358
4. Servicios de consumo inmediato	151 245	181 463	289 404	294 766
821 Preparación de alimentos y bebidas	86 513	111 129	180 408	187 742
822 Servicios de aseo y limpieza personal	28 926	30 218	49 602	48 067
823 Recreación y esparcimiento	10 223	9 779	18 255	20 864
824 Difusión e información	11 585	16 260	26 573	20 448
825 Hoteles, moteles y posadas	13 999	14 076	14 566	17 645
5. Comercio de bienes de consumo duradero	180 083	231 998	327 971	338 910
831 Bienes del hogar y personales	129 166	183 967	255 290	269 692
832 Tiendas de departamento.	25 337	19 050	34 153	32 289
833 Automotrices y autopartes	25 580	28 981	38 528	36 929
6. Servicios de consumo duradero	118 948	162 445	239 544	290 323
841 Reparaciones	44 872	66 025	88 164	100 646
842 Educación y cultura privados	48 281	63 140	95 300	116 104
843 Salud y asistencia social privada	25 795	33 281	56 080	73 573
<b>TOTAL</b>	<b>808 541</b>	<b>1 099 953</b>	<b>1 680 894</b>	<b>1 960 865</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-5.

## Cuadro A-9

### Zona Metropolitana de la Ciudad de México: número de establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	18 568	27 845	44 931	60 576
1. Servicios profesionales	8 142	15 094	26 935	36 476
721 Servicios profesionales a empresas	8 142	15 094	26 935	36 476
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	10 426	12 750	17 996	24 100
731 Comercio al mayoreo	4 335	3 754	3 943	5 808
732 Comercio de equipos e insumos industriales	6 091	8 997	14 053	18 292
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	216 084	259 360	384 954	454 281
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	82 558	92 418	129 843	149 398
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	81 881	91 405	128 455	145 959
812 Supermercados	297	710	1 079	3 111
813 Gasolineras y combustibles.	380	303	309	328
4. Servicios de consumo inmediato	39 057	45 197	71 665	81 043
821 Preparación de alimentos y bebidas	23 688	28 558	42 644	47 077
822 Servicios de aseo y limpieza personal	12 486	13 847	23 947	27 061
823 Recreación y esparcimiento	1 523	1 470	3 634	5 345
824 Difusión e información	574	727	758	785
825 Hoteles, moteles y posadas	786	595	682	775
5. Comercio de bienes de consumo duradero	64 543	80 935	121 713	133 855
831 Bienes del hogar y personales	61 263	75 659	114 096	125 120
832 Tiendas de departamento.	201	187	443	379
833 Automotrices y autopartes	3 079	5 088	7 174	8 356
6. Servicios de consumo duradero	29 926	40 810	61 733	89 985
841 Reparaciones	19 742	27 764	38 469	57 554
842 Educación y cultura privados	2 340	3 598	6 942	9 929
843 Salud y asistencia social privada	7 844	9 448	16 322	22 502
<b>TOTAL</b>	<b>234 652</b>	<b>287 204</b>	<b>429 885</b>	<b>514 857</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Garza (2004), Macroeconomía del sector servicios en México, 1960-1998, *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol.19 núm. 1, cuadro A-5.

## Cuadro A-10

### Corona del subsistema urbano de la Ciudad de México: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	4 020 852	5 900 185	8 446 424	8 774 500
1. Servicios profesionales	722 855	1 795 135	3 266 808	3 589 705
721 Servicios profesionales a empresas	722 855	1 795 135	3 266 808	3 589 705
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	3 297 997	4 105 050	5 179 616	5 278 641
731 Comercio al mayoreo	1 414 518	1 442 178	1 800 756	1 961 073
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 883 479	2 662 872	3 378 860	3 317 568
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	6 961 180	9 823 753	12 478 569	12 787 697
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 726 810	3 249 607	2 995 630	3 079 090
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	755 616	1 779 847	1 695 113	1 453 171
812 Supermercados	937 370	1 237 376	1 035 797	1 244 941
813 Gasolineras y combustibles.	33 824	232 384	264 720	380 978
4. Servicios de consumo inmediato	1 465 859	1 514 870	2 465 726	2 494 685
821 Preparación de alimentos y bebidas	691 665	656 570	1 231 498	832 089
822 Servicios de aseo y limpieza personal	191 589	173 708	265 927	177 480
823 Recreación y esparcimiento	106 280	257 899	284 965	215 448
824 Difusión e información	183 665	157 527	286 997	1 482 624
825 Hoteles, moteles y posadas	292 660	269 167	396 339	409 494
5. Comercio de bienes de consumo duradero	2 838 042	3 862 466	4 405 916	4 713 565
831 Bienes del hogar y personales	1 462 616	2 811 451	3 050 803	2 954 835
832 Tiendas de departamento.	217 962	138 792	322 409	331 497
833 Automotrices y autopartes	1 157 463	912 223	1 032 703	1 427 232
6. Servicios de consumo duradero	930 470	1 196 809	2 611 297	2 473 338
841 Reparaciones	372 669	372 300	637 206	731 338
842 Educación y cultura privados	252 782	528 032	1 364 087	1 339 249
843 Salud y asistencia social privada	305 018	296 477	610 004	342 373
<b>TOTAL</b>	<b>10 982 032</b>	<b>15 723 938</b>	<b>20 924 994</b>	<b>21 164 498</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-11

### Corona del subsistema Urbano de la Ciudad de México: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	15 784	42 989	81 793	135 223
1. Servicios profesionales	5 566	21 182	39 922	81 368
721 Servicios profesionales a empresas	5 566	21 182	39 922	81 368
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	10 218	21 807	41 871	53 855
731 Comercio al mayoreo	2 852	8 191	16 406	22 081
732 Comercio de equipos e insumos industriales	7 366	13 616	25 465	31 774
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	100 068	169 852	290 857	362 717
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	30 010	48 136	81 397	97 087
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	3 485	38 743	67 778	76 337
812 Supermercados	25 920	8 037	11 773	17 487
813 Gasolineras y combustibles.	605	1 356	1 846	3 263
4. Servicios de consumo inmediato	22 564	35 587	67 394	79 237
821 Preparación de alimentos y bebidas	11 911	20 046	41 171	46 373
822 Servicios de aseo y limpieza personal	3 765	5 751	10 281	13 036
823 Recreación y esparcimiento	2 376	2 341	5 453	6 165
824 Difusión e información	1 029	2 049	3 422	3 034
825 Hoteles, moteles y posadas	3 483	5 400	7 067	10 629
5. Comercio de bienes de consumo duradero	30 092	53 272	81 445	96 994
831 Bienes del hogar y personales	24 124	43 948	67 257	79 634
832 Tiendas de departamento.	1 695	1 811	4 045	5 321
833 Automotrices y autopartes	4 273	7 513	10 143	12 039
6. Servicios de consumo duradero	17 402	32 857	60 621	89 399
841 Reparaciones	7 493	12 408	24 459	31 501
842 Educación y cultura privados	5 192	12 847	21 195	36 270
843 Salud y asistencia social privada	4 717	7 602	14 967	21 628
TOTAL	115 852	212 841	372 650	497 940

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-12

### Corona del subsistema urbano de la Ciudad de México: número de establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 842	5 705	12 896	19 870
1. Servicios profesionales	1 220	3 136	7 429	12 033
721 Servicios profesionales a empresas	1 220	3 136	7 429	12 033
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 622	2 569	5 467	7 837
731 Comercio al mayoreo	215	859	1 454	1 867
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 407	1 710	4 013	5 970
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	41 895	61 036	109 213	141 377
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	17 979	23 476	40 957	50 622
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	17 742	23 143	40 497	49 269
812 Supermercados	170	281	393	1 226
813 Gasolineras y combustibles.	67	52	67	127
4. Servicios de consumo inmediato	7 455	9 413	18 176	24 232
821 Preparación de alimentos y bebidas	4 846	6 073	11 361	14 586
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1 907	2 590	5 070	7 699
823 Recreación y esparcimiento	289	363	1 185	1 303
824 Difusión e información	123	127	222	220
825 Hoteles, moteles y posadas	290	260	338	424
5. Comercio de bienes de consumo duradero	10 739	18 505	31 470	40 402
831 Bienes del hogar y personales	10 099	17 243	29 152	37 606
832 Tiendas de departamento.	61	35	147	111
833 Automotrices y autopartes	579	1 227	2 171	2 685
6. Servicios de consumo duradero	5 722	9 642	18 610	26 121
841 Reparaciones	3 813	6 035	11 628	15 800
842 Educación y cultura privados	398	781	1 537	2 699
843 Salud y asistencia social privada	1 511	2 826	5 445	7 622
<b>TOTAL</b>	<b>44 737</b>	<b>66 741</b>	<b>122 109</b>	<b>161 247</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-13

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	478 585	801 526	1 188 642	914 639
1. Servicios profesionales	122 897	316 431	497 574	464 828
721 Servicios profesionales a empresas	122 897	316 431	497 574	464 828
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	355 689	485 095	691 068	448 383
731 Comercio al mayoreo	123 569	344 805	307 190	222 657
732 Comercio de equipos e insumos industriales	232 119	140 290	383 878	225 727
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 198 527	2 027 789	1 987 879	1 719 869
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	283 779	645 292	464 695	525 358
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	97 922	279 576	249 912	213 111
812 Supermercados	200 017	341 462	168 360	240 990
813 Gasolineras y combustibles.	- 14 160	24 254	46 423	71 257
4. Servicios de consumo inmediato	304 446	278 520	441 005	379 408
821 Preparación de alimentos y bebidas	139 498	138 211	251 819	131 259
822 Servicios de aseo y limpieza personal	25 850	29 324	38 711	22 509
823 Recreación y esparcimiento	16 477	16 704	58 023	32 542
824 Difusión e información	36 530	13 283	28 980	120 305
825 Hoteles, moteles y posadas	86 091	80 997	63 472	81 126
5. Comercio de bienes de consumo duradero	429 116	877 818	656 393	477 061
831 Bienes del hogar y personales	256 699	700 699	475 657	333 441
832 Tiendas de departamento.	7 229	6 503	40 550	43 009
833 Automotrices y autopartes	165 188	170 616	140 185	100 612
6. Servicios de consumo duradero	181 186	226 158	425 786	346 643
841 Reparaciones	63 882	63 029	89 096	83 309
842 Educación y cultura privados	41 271	106 843	226 848	190 246
843 Salud y asistencia social privada	76 033	56 286	109 842	57 971
<b>TOTAL</b>	<b>1 677 112</b>	<b>2 829 315</b>	<b>3 176 521</b>	<b>2 564 748</b>

Nota: El PIB (ó valor agregado) se obtiene de restar a la producción bruta las compras de insumos. De manera que los valores negativos del PIB no se refieren a que haya ocurrido una producción negativa sino a que la compra de insumos fue mayor que la producción bruta.

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-14

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 200	5 086	11 701	17 441
1. Servicios profesionales	759	2 396	5 474	10 254
721 Servicios profesionales a empresas	759	2 396	5 474	10 254
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 441	2 690	6 227	7 187
731 Comercio al mayoreo	589	1 457	2 816	3 306
732 Comercio de equipos e insumos industriales	852	1 233	3 411	3 881
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	15 268	27 124	46 102	53 666
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	4 253	6 892	11 663	13 832
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	788	5 262	9 345	10 112
812 Supermercados	3 371	1 453	2 081	3 400
813 Gasolineras y combustibles.	94	177	237	320
4. Servicios de consumo inmediato	4 134	6 518	13 533	13 108
821 Preparación de alimentos y bebidas	2 241	3 686	8 768	7 473
822 Servicios de aseo y limpieza personal	404	699	1 407	1 649
823 Recreación y esparcimiento	328	475	1 377	1 233
824 Difusión e información	239	193	328	326
825 Hoteles, moteles y posadas	922	1 465	1 653	2 427
5. Comercio de bienes de consumo duradero	4 160	8 122	11 116	12 912
831 Bienes del hogar y personales	3 473	7 059	9 168	10 742
832 Tiendas de departamento.	115	64	632	752
833 Automotrices y autopartes	572	999	1 316	1 418
6. Servicios de consumo duradero	2 721	5 592	9 790	13 814
841 Reparaciones	921	1 889	3 273	4 152
842 Educación y cultura privados	1 087	2 158	3 684	5 471
843 Salud y asistencia social privada	713	1 545	2 833	4 191
TOTAL	17 468	32 210	57 803	71 107

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-15

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	419	748	1 729	2 516
1. Servicios profesionales	239	430	1 005	1 587
721 Servicios profesionales a empresas	239	430	1 005	1 587
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	180	318	724	929
731 Comercio al mayoreo	25	93	214	229
732 Comercio de equipos e insumos industriales	155	225	510	700
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	5 961	8 727	15 671	20 098
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	2 310	3 083	5 656	6 857
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	2 271	3 054	5 591	6 701
812 Supermercados	32	29	65	156
813 Gasolineras y combustibles.	7	n.d.	n.d.	n.d.
4. Servicios de consumo inmediato	1 132	1 273	2 792	3 540
821 Preparación de alimentos y bebidas	738	822	1 719	2 117
822 Servicios de aseo y limpieza personal	233	329	803	1 102
823 Recreación y esparcimiento	63	64	170	180
824 Difusión e información	36	n.d.	22	38
825 Hoteles, moteles y posadas	62	58	78	103
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 723	2 967	4 499	5 757
831 Bienes del hogar y personales	1 616	2 810	4 209	5 440
832 Tiendas de departamento.	18	n.d.	n.d.	n.d.
833 Automotrices y autopartes	89	157	290	317
6. Servicios de consumo duradero	796	1 404	2 724	3 944
841 Reparaciones	423	833	1 571	2 147
842 Educación y cultura privados	84	122	254	424
843 Salud y asistencia social privada	289	449	899	1 373
<b>TOTAL</b>	<b>6 380</b>	<b>9 475</b>	<b>17 400</b>	<b>22 614</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

n.d. no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-16

### Zona Metropolitana de Cuautla: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	102 960	109 167	186 015	221 925
1. Servicios profesionales	29 051	34 920	52 536	83 457
721 Servicios profesionales a empresas	29 051	34 920	52 536	83 457
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	73 910	74 247	133 479	141 749
731 Comercio al mayoreo	- 21 798	32 000	36 212	53 251
732 Comercio de equipos e insumos industriales	95 708	42 247	97 266	88 498
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	341 206	519 594	615 774	512 027
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	68 397	201 604	153 771	190 532
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	- 51 319	189 774	104 071	92 652
812 Supermercados	91 857	6 738	42 222	72 990
813 Gasolineras y combustibles.	27 859	5 091	7 478	24 890
4. Servicios de consumo inmediato	152 294	110 885	192 820	150 410
821 Preparación de alimentos y bebidas	68 708	49 889	67 134	13 190
822 Servicios de aseo y limpieza personal	7 067	6 464	9 246	5 301
823 Recreación y esparcimiento	23 294	34	26 306	22 768
824 Difusión e información	3 975	3 964	5 281	17 738
825 Hoteles, moteles y posadas	49 250	50 534	84 854	70 129
5. Comercio de bienes de consumo duradero	84 383	162 840	206 186	128 048
831 Bienes del hogar y personales	74 869	136 763	157 962	106 564
832 Tiendas de departamento.	788	4 393	46	382
833 Automotrices y autopartes	8 726	21 685	48 178	21 102
6. Servicios de consumo duradero	36 133	44 265	62 997	47 445
841 Reparaciones	22 693	26 671	23 343	21 938
842 Educación y cultura privados	4 203	7 826	22 195	17 065
843 Salud y asistencia social privada	9 237	9 767	17 460	10 027
<b>TOTAL</b>	<b>444 166</b>	<b>628 761</b>	<b>801 788</b>	<b>710 096</b>

Nota: El PIB (ó valor agregado) se obtiene de restar a la producción bruta las compras de insumos. De manera que los valores negativos del PIB no se refieren a que haya ocurrido una producción negativa sino a que la compra de insumos fue mayor que la producción bruta.

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-17

### Zona Metropolitana de Cuautla: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1 089	2 036	3 599	4 925
1. Servicios profesionales	352	1 238	1 297	2 878
721 Servicios profesionales a empresas	352	1 238	1 297	2 878
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	737	798	2 302	2 047
731 Comercio al mayoreo	147	336	1 368	937
732 Comercio de equipos e insumos industriales	590	462	934	1 110
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	7 501	10 735	19 413	21 072
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	2 128	3 238	5 999	6 831
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	274	2 989	5 219	5 957
812 Supermercados	1 798	165	674	768
813 Gasolineras y combustibles.	56	84	106	106
4. Servicios de consumo inmediato	2 914	2 941	5 834	5 920
821 Preparación de alimentos y bebidas	1 066	1 469	3 003	2 831
822 Servicios de aseo y limpieza personal	149	283	466	545
823 Recreación y esparcimiento	706	149	541	542
824 Difusión e información	101	173	112	136
825 Hoteles, moteles y posadas	892	867	1 712	1 866
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 611	3 107	4 785	4 845
831 Bienes del hogar y personales	1 494	2 775	4 262	4 444
832 Tiendas de departamento.	5	45	5	26
833 Automotrices y autopartes	112	287	518	375
6. Servicios de consumo duradero	848	1 449	2 795	3 476
841 Reparaciones	438	772	1 325	1 458
842 Educación y cultura privados	263	380	632	832
843 Salud y asistencia social privada	147	297	838	1 186
<b>TOTAL</b>	<b>8 590</b>	<b>12 771</b>	<b>23 012</b>	<b>25 997</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-18

### Zona Metropolitana de Cuautla: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	154	162	813	932
1. Servicios profesionales	49	104	381	493
721 Servicios profesionales a empresas	49	104	381	493
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	105	58	432	439
731 Comercio al mayoreo	7	0	150	55
732 Comercio de equipos e insumos industriales	98	58	282	384
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	3 128	4 814	8 278	9 671
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 275	1 900	3 433	3 975
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	1 255	1 877	3 404	3 929
812 Supermercados	16	23	29	46
813 Gasolineras y combustibles.	4	n.d.	n.d.	n.d.
4. Servicios de consumo inmediato	681	803	1 391	1 593
821 Preparación de alimentos y bebidas	466	577	953	1 133
822 Servicios de aseo y limpieza personal	106	141	269	331
823 Recreación y esparcimiento	32	24	89	46
824 Difusión e información	15	20	18	16
825 Hoteles, moteles y posadas	62	41	62	67
5. Comercio de bienes de consumo duradero	807	1 505	2 270	2 654
831 Bienes del hogar y personales	780	1 441	2 124	2 511
832 Tiendas de departamento.	5	0	n.d.	n.d.
833 Automotrices y autopartes	22	64	146	143
6. Servicios de consumo duradero	365	606	1 184	1 449
841 Reparaciones	257	402	734	847
842 Educación y cultura privados	21	36	77	97
843 Salud y asistencia social privada	87	168	373	505
<b>TOTAL</b>	<b>3 282</b>	<b>4 976</b>	<b>9 091</b>	<b>10 603</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

n.d. no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-19

### Zona Metropolitana de Pachuca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	118 297	319 234	495 481	426 710
1. Servicios profesionales	17 547	63 728	190 398	134 112
721 Servicios profesionales a empresas	17 547	63 728	190 398	134 112
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	100 750	255 506	305 083	302 166
731 Comercio al mayoreo	13 790	216 903	198 893	209 873
732 Comercio de equipos e insumos industriales	86 960	38 603	106 190	92 293
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	333 821	667 384	694 773	743 486
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	42 268	153 175	186 585	208 058
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	- 28 847	117 130	113 178	99 129
812 Supermercados	50 828	33 246	64 073	93 008
813 Gasolineras y combustibles.	20 287	2 798	9 335	15 921
4. Servicios de consumo inmediato	84 832	234 788	97 305	137 841
821 Preparación de alimentos y bebidas	19 951	33 367	51 655	57 661
822 Servicios de aseo y limpieza personal	13 583	14 529	15 717	11 166
823 Recreación y esparcimiento	32 799	171 674	9 679	9 406
824 Difusión e información	4 620	10 066	7 327	55 052
825 Hoteles, moteles y posadas	13 879	5 152	12 928	16 895
5. Comercio de bienes de consumo duradero	145 668	219 223	264 442	249 067
831 Bienes del hogar y personales	72 393	163 536	191 806	184 596
832 Tiendas de departamento.	16 864	6 108	5 364	13 457
833 Automotrices y autopartes	56 410	49 580	67 272	51 015
6. Servicios de consumo duradero	61 052	60 198	146 440	145 442
841 Reparaciones	24 384	29 961	36 720	45 211
842 Educación y cultura privados	17 679	15 133	73 434	68 106
843 Salud y asistencia social privada	18 988	15 104	36 286	29 339
<b>TOTAL</b>	<b>452 118</b>	<b>986 618</b>	<b>1 190 254</b>	<b>1 141 959</b>

Nota: El PIB (ó valor agregado) se obtiene de restar a la producción bruta las compras de insumos. De manera que los valores negativos del PIB no se refieren a que haya ocurrido una producción negativa sino a que la compra de insumos fue mayor que la producción bruta.

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-20

### Zona Metropolitana de Pachuca: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	982	2 292	6 460	9 877
1. Servicios profesionales	296	1 027	3 663	5 883
721 Servicios profesionales a empresas	296	1 027	3 663	5 883
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	686	1 265	2 797	3 994
731 Comercio al mayoreo	266	795	1 728	2 691
732 Comercio de equipos e insumos industriales	420	470	1 069	1 303
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	6 291	10 433	18 379	23 250
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 802	2 975	4 859	5 537
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	140	2 512	4 060	4 515
812 Supermercados	1 564	388	690	853
813 Gasolineras y combustibles.	98	75	109	169
4. Servicios de consumo inmediato	1 312	2 058	3 613	5 000
821 Preparación de alimentos y bebidas	771	1 090	2 256	3 150
822 Servicios de aseo y limpieza personal	305	514	670	855
823 Recreación y esparcimiento	67	139	257	397
824 Difusión e información	52	201	257	201
825 Hoteles, moteles y posadas	117	114	173	397
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 996	3 540	5 684	6 657
831 Bienes del hogar y personales	1 424	2 817	4 639	5 673
832 Tiendas de departamento.	62	73	258	170
833 Automotrices y autopartes	510	650	787	814
6. Servicios de consumo duradero	1 181	1 860	4 223	6 056
841 Reparaciones	546	1 001	1 662	2 258
842 Educación y cultura privados	374	433	1 476	2 297
843 Salud y asistencia social privada	261	426	1 085	1 501
<b>TOTAL</b>	<b>7 273</b>	<b>12 725</b>	<b>24 839</b>	<b>33 127</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-21

### Zona Metropolitana de Pachuca: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación <sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	135	226	839	2 389
1. Servicios profesionales	64	174	523	1 869
721 Servicios profesionales a empresas	64	174	523	1 869
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	71	52	316	520
731 Comercio al mayoreo	17	15	159	216
732 Comercio de equipos e insumos industriales	54	37	157	304
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2 679	4 099	7 315	9 732
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 048	1 503	2 482	3 171
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	1 038	1 475	2 456	3 091
812 Supermercados	3	23	19	80
813 Gasolineras y combustibles.	7	5	7	n.d.
4. Servicios de consumo inmediato	492	665	1 247	1 648
821 Preparación de alimentos y bebidas	314	426	817	1 019
822 Servicios de aseo y limpieza personal	131	179	323	489
823 Recreación y esparcimiento	28	33	82	116
824 Difusión e información	4	13	8	n.d.
825 Hoteles, moteles y posadas	15	14	17	24
5. Comercio de bienes de consumo duradero	695	1 234	2 214	2 957
831 Bienes del hogar y personales	628	1 122	2 029	2 744
832 Tiendas de departamento.	7	4	16	n.d.
833 Automotrices y autopartes	60	108	169	213
6. Servicios de consumo duradero	444	697	1 372	1 956
841 Reparaciones	295	503	810	1 151
842 Educación y cultura privados	19	37	95	161
843 Salud y asistencia social privada	130	157	467	644
<b>TOTAL</b>	<b>2 814</b>	<b>4 325</b>	<b>8 154</b>	<b>12 121</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

n.d. no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-22

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 288 388	2 509 138	3 459 426	3 535 316
1. Servicios profesionales	453 367	995 690	1 254 147	1 427 213
721 Servicios profesionales a empresas	453 367	995 690	1 254 147	1 427 213
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 835 021	1 513 448	2 205 278	2 148 278
731 Comercio al mayoreo	822 135	310 885	696 632	751 297
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 012 887	1 202 563	1 508 646	1 396 981
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2 307 812	3 630 646	4 640 526	4 410 263
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	432 630	1 180 584	1 018 797	857 465
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	215 837	600 105	548 028	470 419
812 Supermercados	191 690	498 756	380 254	282 439
813 Gasolineras y combustibles.	25 103	81 722	90 516	104 607
4. Servicios de consumo inmediato	411 198	496 105	833 849	751 952
821 Preparación de alimentos y bebidas	130 927	220 329	381 549	272 891
822 Servicios de aseo y limpieza personal	80 624	72 973	105 936	71 074
823 Recreación y esparcimiento	38 147	42 380	87 650	46 536
824 Difusión e información	99 563	90 988	130 900	445 816
825 Hoteles, moteles y posadas	61 936	69 435	127 814	102 370
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 128 018	1 402 427	1 612 221	1 685 850
831 Bienes del hogar y personales	436 716	1 037 268	1 053 641	1 110 997
832 Tiendas de departamento.	169 481	57 292	148 470	165 831
833 Automotrices y autopartes	521 821	307 867	410 111	409 022
6. Servicios de consumo duradero	335 966	551 530	1 175 659	1 112 822
841 Reparaciones	133 341	168 436	215 130	289 257
842 Educación y cultura privados	84 798	239 631	666 869	674 044
843 Salud y asistencia social privada	117 827	143 462	293 660	108 557
<b>TOTAL</b>	<b>4 596 200</b>	<b>6 139 784</b>	<b>8 099 952</b>	<b>7 839 625</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-23

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	7 377	18 246	31 507	52 188
1. Servicios profesionales	2 760	9 929	14 545	32 439
721 Servicios profesionales a empresas	2 760	9 929	14 545	32 439
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	4 617	8 317	16 962	19 749
731 Comercio al mayoreo	1 039	1 851	5 486	6 880
732 Comercio de equipos e insumos industriales	3 578	6 466	11 476	12 869
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	41 450	68 517	110 735	133 700
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	11 573	18 564	32 161	34 231
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	1 043	14 912	27 337	28 183
812 Supermercados	10 249	3 133	4 083	4 752
813 Gasolineras y combustibles.	281	519	741	1 296
4. Servicios de consumo inmediato	8 085	13 202	22 357	26 851
821 Preparación de alimentos y bebidas	4 511	7 142	13 062	15 533
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1 987	2 643	4 471	5 376
823 Recreación y esparcimiento	446	904	1 692	1 873
824 Difusión e información	498	698	1 195	1 324
825 Hoteles, moteles y posadas	643	1 815	1 937	2 745
5. Comercio de bienes de consumo duradero	13 218	20 923	30 748	35 911
831 Bienes del hogar y personales	10 094	17 053	24 901	28 769
832 Tiendas de departamento.	1 155	770	1 772	2 648
833 Automotrices y autopartes	1 969	3 100	4 075	4 494
6. Servicios de consumo duradero	8 574	15 828	25 469	36 707
841 Reparaciones	3 456	5 851	9 286	11 911
842 Educación y cultura privados	2 458	6 511	10 107	16 929
843 Salud y asistencia social privada	2 660	3 466	6 076	7 867
<b>TOTAL</b>	<b>48 827</b>	<b>86 763</b>	<b>142 242</b>	<b>185 888</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-24

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1 420	2 383	5 225	7 081
1. Servicios profesionales	539	1 378	2 918	3 995
721 Servicios profesionales a empresas	539	1 378	2 918	3 995
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	881	1 005	2 307	3 086
731 Comercio al mayoreo	102	236	478	674
732 Comercio de equipos e insumos industriales	779	769	1 829	2 412
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	17 478	25 125	43 197	52 545
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	7 262	9 561	16 770	19 059
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	7 168	9 421	16 612	18 635
812 Supermercados	61	110	123	361
813 Gasolineras y combustibles.	33	30	35	63
4. Servicios de consumo inmediato	3 246	3 889	7 062	8 830
821 Preparación de alimentos y bebidas	2 017	2 341	4 195	5 071
822 Servicios de aseo y limpieza personal	972	1 261	2 140	3 009
823 Recreación y esparcimiento	114	126	462	456
824 Difusión e información	54	77	151	161
825 Hoteles, moteles y posadas	89	84	114	133
5. Comercio de bienes de consumo duradero	4 282	6 981	11 405	14 327
831 Bienes del hogar y personales	4 011	6 436	10 454	13 211
832 Tiendas de departamento.	19	20	69	80
833 Automotrices y autopartes	252	525	882	1 036
6. Servicios de consumo duradero	2 688	4 694	7 960	10 329
841 Reparaciones	1 838	3 000	4 742	6 151
842 Educación y cultura privados	213	395	829	1 305
843 Salud y asistencia social privada	637	1 299	2 389	2 873
<b>TOTAL</b>	<b>18 898</b>	<b>27 508</b>	<b>48 422</b>	<b>59 626</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-25

### Zona Metropolitana de Querétaro: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998 (en miles de pesos de 1993)

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	280 415	816 660	1 587 189	1 978 659
1. Servicios profesionales	47 387	197 676	610 274	790 956
721 Servicios profesionales a empresas	47 387	197 676	610 274	790 956
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	233 028	618 984	976 915	1 211 157
731 Comercio al mayoreo	24 800	245 256	262 208	231 339
732 Comercio de equipos e insumos industriales	208 228	373 728	714 707	979 818
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	815 993	1 246 272	2 146 187	2 281 188
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	100 984	379 758	450 856	579 738
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	33 369	196 734	270 668	239 767
812 Supermercados	99 782	118 593	151 612	249 332
813 Gasolineras y combustibles.	- 32 167	64 431	28 576	90 639
4. Servicios de consumo inmediato	158 217	212 838	465 814	496 931
821 Preparación de alimentos y bebidas	56 796	109 132	235 248	169 838
822 Servicios de aseo y limpieza personal	12 366	14 201	35 615	24 897
823 Recreación y esparcimiento	164	15 067	36 685	25 879
824 Difusión e información	16 020	22 432	73 906	385 401
825 Hoteles, moteles y posadas	72 871	52 005	84 361	88 834
5. Comercio de bienes de consumo duradero	406 338	512 047	717 287	787 772
831 Bienes del hogar y personales	169 780	357 049	508 528	516 393
832 Tiendas de departamento.	35 511	45 659	61 663	58 877
833 Automotrices y autopartes	201 048	109 339	147 096	212 502
6. Servicios de consumo duradero	150 453	141 629	512 230	421 837
841 Reparaciones	37 919	1 023	125 376	122 432
842 Educación y cultura privados	85 120	106 516	314 374	225 770
843 Salud y asistencia social privada	27 415	34 090	72 480	62 540
<b>TOTAL</b>	<b>1 096 408</b>	<b>2 062 932</b>	<b>3 733 375</b>	<b>4 214 238</b>

Nota: El PIB (ó valor agregado) se obtiene de restar a la producción bruta las compras de insumos. De manera que los valores negativos del PIB no se refieren a que haya ocurrido una producción negativa sino a que la compra de insumos fue mayor que la producción bruta.

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-26

### Zona Metropolitana de Querétaro: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1 538	7 444	15 647	25 394
1. Servicios profesionales	550	3 511	8 844	15 162
721 Servicios profesionales a empresas	550	3 511	8 844	15 162
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	988	3 933	6 803	10 232
731 Comercio al mayoreo	215	1 259	1 936	3 372
732 Comercio de equipos e insumos industriales	773	2 674	4 867	6 860
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	10 435	22 449	42 179	54 795
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	3 123	6 530	9 891	13 819
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	48	5 289	8 270	9 876
812 Supermercados	3 010	1 008	1 332	3 329
813 Gasolineras y combustibles.	65	233	289	614
4. Servicios de consumo inmediato	2 384	5 271	10 182	12 970
821 Preparación de alimentos y bebidas	1 191	3 354	6 853	7 926
822 Servicios de aseo y limpieza personal	223	487	1 117	1 550
823 Recreación y esparcimiento	121	406	726	888
824 Difusión e información	47	236	537	571
825 Hoteles, moteles y posadas	802	788	949	2 035
5. Comercio de bienes de consumo duradero	3 508	7 709	12 168	14 390
831 Bienes del hogar y personales	3 043	6 170	9 940	11 527
832 Tiendas de departamento.	219	470	725	879
833 Automotrices y autopartes	246	1 069	1 503	1 984
6. Servicios de consumo duradero	1 420	2 939	9 938	13 616
841 Reparaciones	542	49	3 489	4 288
842 Educación y cultura privados	557	2 066	4 353	6 228
843 Salud y asistencia social privada	321	824	2 096	3 100
<b>TOTAL</b>	<b>11 973</b>	<b>29 893</b>	<b>57 826</b>	<b>80 189</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-27

### Zona Metropolitana de Querétaro: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	241	937	2 215	3 279
1. Servicios profesionales	127	479	1 351	2 009
721 Servicios profesionales a empresas	127	479	1 351	2 009
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	114	458	864	1 270
731 Comercio al mayoreo	20	128	196	306
732 Comercio de equipos e insumos industriales	94	330	668	964
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	4 148	7 112	13 961	17 263
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	2 060	2 800	4 684	5 788
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	2 049	2 753	4 594	5 561
812 Supermercados	8	47	79	193
813 Gasolineras y combustibles.	3	n.d.	11	34
4. Servicios de consumo inmediato	613	1 360	2 650	3 282
821 Preparación de alimentos y bebidas	425	954	1 811	2 068
822 Servicios de aseo y limpieza personal	128	294	573	932
823 Recreación y esparcimiento	21	74	223	235
824 Difusión e información	5	n.d.	4	n.d.
825 Hoteles, moteles y posadas	34	38	39	47
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 070	2 486	4 258	4 985
831 Bienes del hogar y personales	1 028	2 323	3 931	4 621
832 Tiendas de departamento.	5	n.d.	46	16
833 Automotrices y autopartes	37	163	281	348
6. Servicios de consumo duradero	405	466	2 369	3 208
841 Reparaciones	276	16	1 458	1 898
842 Educación y cultura privados	23	126	246	360
843 Salud y asistencia social privada	106	324	665	950
<b>TOTAL</b>	<b>4 389</b>	<b>8 049</b>	<b>16 176</b>	<b>20 542</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

n.d. no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-28

### Zona Metropolitana de Toluca: producto interno bruto por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	752 206	1 344 461	1 529 673	1 697 251
1. Servicios profesionales	52 607	186 690	661 879	689 141
721 Servicios profesionales a empresas	52 607	186 690	661 879	689 141
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	699 599	1 157 770	867 794	1 026 908
731 Comercio al mayoreo	452 022	292 329	299 621	492 656
732 Comercio de equipos e insumos industriales	247 577	865 442	568 172	534 252
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 963 821	1 732 068	2 393 431	3 120 863
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	798 751	689 195	720 926	717 940
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	488 654	396 527	409 256	338 093
812 Supermercados	303 195	238 580	229 277	306 183
813 Gasolineras y combustibles.	6 903	54 087	82 393	73 664
4. Servicios de consumo inmediato	354 872	181 734	434 934	578 143
821 Preparación de alimentos y bebidas	275 784	105 641	244 094	187 251
822 Servicios de aseo y limpieza personal	52 098	36 216	60 703	42 533
823 Recreación y esparcimiento	- 4 601	12 039	66 623	78 318
824 Difusión e información	22 958	16 795	40 604	458 312
825 Hoteles, moteles y posadas	8 633	11 043	22 910	50 139
5. Comercio de bienes de consumo duradero	644 518	688 110	949 387	1 385 766
831 Bienes del hogar y personales	452 159	416 137	663 209	702 845
832 Tiendas de departamento.	- 11 911	18 838	66 316	49 941
833 Automotrices y autopartes	204 270	253 136	219 862	632 980
6. Servicios de consumo duradero	165 680	173 029	288 185	399 149
841 Reparaciones	90 450	83 179	147 542	169 192
842 Educación y cultura privados	19 712	52 083	60 367	164 018
843 Salud y asistencia social privada	55 517	37 767	80 276	73 939
<b>TOTAL</b>	<b>2 716 027</b>	<b>3 076 529</b>	<b>3 923 104</b>	<b>4 693 831</b>

Nota: El PIB (ó valor agregado) se obtiene de restar a la producción bruta las compras de insumos. De manera que los valores negativos del PIB no se refieren a que haya ocurrido una producción negativa sino a que la compra de insumos fue mayor que la producción bruta.

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

b Datos en miles de pesos de 1993 ajustados con datos de Cuentas Nacionales. Para el ajuste se efectuaron los siguientes pasos: 1) se obtuvo el porcentaje del PIB censal de la zona metropolitana respecto al PIB nacional censal para cada uno de los grupos del sector servicios; 2) se aplicó la estructura porcentual obtenida en el paso anterior al PIB nacional de cuentas nacionales ajustado según el procedimiento señalado por Garza (2004: Apéndice estadístico).

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-29

### Zona Metropolitana de Toluca: personal ocupado por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación<sup>a</sup></i>	<i>1980</i>	<i>1988</i>	<i>1993</i>	<i>1998</i>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 598	7 885	12 879	25 398
1. Servicios profesionales	849	3 081	6 099	14 752
721 Servicios profesionales a empresas	849	3 081	6 099	14 752
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 749	4 804	6 780	10 646
731 Comercio al mayoreo	596	2 493	3 072	4 895
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 153	2 311	3 708	5 751
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	19 123	30 594	54 049	76 234
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	7 131	9 937	16 824	22 837
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	1 192	7 779	13 547	17 694
812 Supermercados	5 928	1 890	2 913	4 385
813 Gasolineras y combustibles.	11	268	364	758
4. Servicios de consumo inmediato	3 735	5 597	11 875	15 388
821 Preparación de alimentos y bebidas	2 131	3 305	7 229	9 460
822 Servicios de aseo y limpieza personal	697	1 125	2 150	3 061
823 Recreación y esparcimiento	708	268	860	1 232
824 Difusión e información	92	548	993	476
825 Hoteles, moteles y posadas	107	351	643	1 159
5. Comercio de bienes de consumo duradero	5 599	9 871	16 944	22 279
831 Bienes del hogar y personales	4 596	8 074	14 347	18 479
832 Tiendas de departamento.	139	389	653	846
833 Automotrices y autopartes	864	1 408	1 944	2 954
6. Servicios de consumo duradero	2 658	5 189	8 406	15 730
841 Reparaciones	1 590	2 846	5 424	7 434
842 Educación y cultura privados	453	1 299	943	4 513
843 Salud y asistencia social privada	615	1 044	2 039	3 783
<b>TOTAL</b>	<b>21 721</b>	<b>38 479</b>	<b>66 928</b>	<b>101 632</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-30

### Zona Metropolitana de Toluca: establecimientos por grupos de actividad del sector servicios, 1980-1998

<i>Denominación</i> <sup>a</sup>	1980	1988	1993	1998
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	473	1 249	2 075	3 673
1. Servicios profesionales	202	571	1 251	2 080
721 Servicios profesionales a empresas	202	571	1 251	2 080
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	271	678	824	1 593
731 Comercio al mayoreo	44	387	257	387
732 Comercio de equipos e insumos industriales	227	291	567	1 206
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	8 501	11 159	20 791	32 068
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	4 024	4 629	7 932	11 772
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco.	3 961	4 563	7 840	11 352
812 Supermercados	50	49	78	390
813 Gasolineras y combustibles.	13	17	14	30
4. Servicios de consumo inmediato	1 291	1 423	3 034	5 339
821 Preparación de alimentos y bebidas	886	953	1 866	3 178
822 Servicios de aseo y limpieza personal	337	386	962	1 836
823 Recreación y esparcimiento	31	42	159	270
824 Difusión e información	9	17	19	5
825 Hoteles, moteles y posadas	28	25	28	50
5. Comercio de bienes de consumo duradero	2 162	3 332	6 824	9 722
831 Bienes del hogar y personales	2 036	3 111	6 405	9 079
832 Tiendas de departamento.	7	11	16	15
833 Automotrices y autopartes	119	210	403	628
6. Servicios de consumo duradero	1 024	1 775	3 001	5 235
841 Reparaciones	724	1 281	2 313	3 606
842 Educación y cultura privados	38	65	36	352
843 Salud y asistencia social privada	262	429	652	1 277
<b>TOTAL</b>	<b>8 974</b>	<b>12 408</b>	<b>22 866</b>	<b>35 741</b>

a Las claves de cada grupo (721, 731, etc.) no corresponden a las utilizadas en los censos económicos dada la dificultad de uniformarla, pues se modifican en cada censo. Las que se presentan fueron seleccionadas por G. Garza (2004)

n.d. no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, VII, X, XI y XII Censo Comercial y de Servicios, México.

## Cuadro A-31

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: componentes del cambio y participación según el PIB, 1980-1988 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	5 827 365	13 378 942	-3 108 715	-4 442 862	41.8	44.4
1. Servicios profesionales	-4 259 323	5 787 890	-4 883 184	-5 164 029		
721 Servicios profesionales a empresas	-4 259 323	5 787 890	-4 883 184	-5 164 029	-10.9	-23.4
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	10 086 688	7 591 052	1 113 139	1 382 497		
731 Comercio al mayoreo	- 995 071	2 775 286	-1 882 386	-1 887 971	-2.5	-8.6
732 Comercio de equipos e insumos industriales	11 081 758	4 815 765	3 534 436	2 731 557	28.4	12.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	3 555 009	14 466 555	2 469 102	-13 380 648	58.2	55.6
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	5 591 665	2 867 313	6 208 619	-3 484 266		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	2 549 463	1 523 975	3 034 813	-2 009 325	6.5	-9.1
812 Supermercados	1 572 140	1 283 342	1 304 347	-1 015 550	4.0	-4.6
813 Gasolineras y combustibles.	1 470 062	59 995	772 932	637 135	3.8	2.9
4. Servicios de consumo inmediato	-4 173 311	4 032 483	-6 547 474	-1 658 319		
821 Preparación de alimentos y bebidas	122 241	1 268 775	- 571 570	- 574 964	0.3	-2.6
822 Servicios de aseo y limpieza personal	-1 126 727	474 875	- 988 750	- 612 851	-2.9	-2.8
823 Recreación y esparcimiento	-2 922 826	806 187	-3 200 494	- 528 519	-7.5	-2.4
824 Difusión e información	278 000	1 069 847	-1 074 263	282 416	0.7	1.3
825 Hoteles, moteles y posadas	- 523 999	412 798	- 847 211	- 89 586	-1.3	-0.4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	2 888 709	5 552 435	2 949 687	-5 613 413		
831 Bienes del hogar y personales	5 714 682	2 936 103	6 681 255	-3 902 676	14.6	-17.7
832 Tiendas de departamento.	-3 508 093	1 394 030	-4 380 996	- 521 128	-9.0	-2.4
833 Automotrices y autopartes	682 120	1 222 301	- 870 194	330 013	1.7	1.5
6. Servicios de consumo duradero	- 752 055	2 014 325	-1 220 868	-1 545 512		
841 Reparaciones	- 520 295	765 116	- 643 093	- 642 317	-1.3	-2.9
842 Educación y cultura privados	744 385	630 518	537 005	- 423 139	1.9	-1.9
843 Salud y asistencia social privada	- 976 145	618 691	- 923 472	- 671 364	-2.5	-3.0
Total (valores absolutos)	39 047 329	27 845 497	-4 400 825	22 024 540	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	9 382 374			-14 062 298		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	13 511 941	7 167 909	2 362 911	3 981 121	34.6	10.2
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (813, 823, 824, 833 y 843)	-1 468 788			49 681	-3.8	0.2

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A4.

## Cuadro A-32

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: componentes del cambio y participación según el PIB, 1988-1994 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	34 168 979	16 266 802	19 225 675	-1 323 498	61.4	60.8
1. Servicios profesionales	29 349 320	5 469 780	20 147 124	3 732 416		
721 Servicios profesionales a empresas	29 349 320	5 469 780	20 147 124	3 732 416	52.8	29.1
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	4 819 660	10 797 022	-1 213 360	-4 764 003		
731 Comercio al mayoreo	2 339 690	2 867 772	856 860	-1 384 942	4.2	-10.8
732 Comercio de equipos e insumos industriales	2 479 969	7 929 250	-2 713 644	-2 735 636	4.5	-21.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	10 308 512	16 923 974	-13 707 438	7 091 976	38.6	39.2
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	-3 076 812	4 489 037	-8 093 411	527 563		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 759 586	2 288 513	-3 731 766	683 668	-1.4	5.3
812 Supermercados	-1 505 620	1 794 649	-3 243 737	- 56 531	-2.7	-0.4
813 Gasolineras y combustibles.	- 811 606	405 875	-1 070 933	- 146 548	-1.5	-1.1
4. Servicios de consumo inmediato	8 275 629	3 506 285	1 420 296	3 349 047		
821 Preparación de alimentos y bebidas	3 186 206	1 417 941	1 171 613	596 651	5.7	4.7
822 Servicios de aseo y limpieza personal	773 560	269 273	93 240	411 047	1.4	3.2
823 Recreación y esparcimiento	415 265	225 612	157 050	32 602	0.7	0.3
824 Difusión e información	3 288 375	1 257 169	1 464 847	566 360	5.9	4.4
825 Hoteles, moteles y posadas	612 224	336 290	- 346 947	622 880	1.1	4.9
5. Comercio de bienes de consumo duradero	-2 083 091	6 862 436	-8 932 258	- 13 270		
831 Bienes del hogar y personales	-1 152 463	4 594 168	-5 995 199	248 568	-2.1	1.9
832 Tiendas de departamento.	507 022	746 934	230 047	- 469 959	0.9	-3.7
833 Automotrices y autopartes	-1 437 650	1 521 335	-2 718 158	- 240 827	-2.6	-1.9
6. Servicios de consumo duradero	7 192 786	2 066 216	3 122 525	2 004 045		
841 Reparaciones	1 005 295	728 910	- 278 899	555 285	1.8	4.3
842 Educación y cultura privados	4 619 949	873 767	3 553 220	192 961	8.3	1.5
843 Salud y asistencia social privada	1 567 542	463 539	665 599	438 404	2.8	3.4
Total (valores absolutos)	55 605 123	33 190 776	8 240 315	12 807 495	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	44 477 491			3 046 400		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	46 523 436	17 924 962	16 899 881	8 080 843	83.7	14.5
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (813, 823, 824, 833 y 843)	3 021 925			649 991	5.4	5.1

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A4.

## Cuadro A-33

### Subsistema Urbano de la Ciudad de México: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	10 256 670	10 264 467	10 986 632	-10 994 428	54.6	57.7
1. Servicios profesionales	11 918 742	5 201 963	8 784 713	-2 067 935		
721 Servicios profesionales a empresas	11 918 742	5 201 963	8 784 713	-2 067 935	41.6	-9.2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	-1 568 225	5 062 503	2 622 256	-9 252 985		
731 Comercio al mayoreo	-2 652 017	1 448 489	-2 029 087	-2 071 419	-9.3	-9.3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	1 083 792	3 614 014	6 246 047	-8 776 269	3.8	-39.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	-10 053 240	8 205 219	-8 666 365	-9 592 095	45.4	42.3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	-2 037 996	1 606 848	143 051	-3 787 894		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	-1 668 446	898 461	-1 663 789	- 903 118	-5.8	-4.0
812 Supermercados	- 876 623	615 385	1 648 436	-3 140 444	-3.1	-14.0
813 Gasolineras y combustibles.	507 073	93 001	358 171	55 901	1.8	0.2
4. Servicios de consumo inmediato	-5 123 097	2 301 737	-4 436 694	-2 988 140		
821 Preparación de alimentos y bebidas	-3 898 467	915 095	-3 183 232	-1 630 330	-13.6	-7.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 761 614	190 294	- 696 215	- 255 693	-2.7	-1.1
823 Recreación y esparcimiento	73 029	136 615	- 148 804	85 218	0.3	0.4
824 Difusión e información	501 688	856 760	- 25 785	- 329 288	1.8	-1.5
825 Hoteles, moteles y posadas	- 415 284	202 972	- 54 471	- 563 785	-1.4	-2.5
5. Comercio de bienes de consumo duradero	- 824 319	2 713 244	-2 676 171	- 861 392		
831 Bienes del hogar y personales	- 698 004	1 840 153	-1 699 544	- 838 613	-2.4	-3.7
832 Tiendas de departamento.	- 781 790	367 237	-1 174 203	25 176	-2.7	0.1
833 Automotrices y autopartes	655 476	505 854	- 62 615	212 236	2.3	0.9
6. Servicios de consumo duradero	-2 094 848	1 583 391	-2 455 250	-1 222 988		
841 Reparaciones	- 409 911	408 412	89 044	- 907 366	-1.4	-4.1
842 Educación y cultura privados	-1 578 095	824 277	-2 076 502	- 325 869	-5.5	-1.5
843 Salud y asistencia social privada	- 167 220	350 702	- 709 561	191 639	-0.6	0.9
Total (valores absolutos)	28 647 269	18 469 686	3 602 602	22 380 299	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	832 329			-21 239 959		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	2 184 588	1 453 410	-1 737 012	570 170	7.6	2.0
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (813, 823, 824, 833 y 843)	1 570 045			215 706	5.5	1.0

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A4.

## Cuadro A-34

### Corona del SUCM: componentes del cambio y participación según el PIB, 1980-1988 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	1 879 333	830 657	- 193 010	1 241 686	33.5	37.0
1. Servicios profesionales	1 072 280	149 333	- 125 991	1 048 938		
721 Servicios profesionales a empresas	1 072 280	149 333	- 125 991	1 048 938	19.1	31.8
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	807 053	681 324	99 908	25 820		
731 Comercio al mayoreo	27 660	292 221	- 198 204	- 66 357	0.5	-2.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	779 393	389 103	285 574	104 715	13.9	3.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2 862 573	1 438 091	245 448	1 179 033	66.5	63.0
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	1 522 798	356 737	772 446	393 615		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	1 024 232	156 101	310 856	557 275	18.2	16.9
812 Supermercados	300 006	193 649	196 818	- 90 461	5.3	-2.7
813 Gasolineras y combustibles.	198 560	6 988	90 023	101 550	3.5	3.1
4. Servicios de consumo inmediato	49 012	302 828	- 491 696	237 880		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 35 095	142 889	- 64 370	- 113 614	-0.6	-3.4
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 17 881	39 580	- 82 410	24 949	-0.3	0.8
823 Recreación y esparcimiento	151 619	21 956	- 87 164	216 826	2.7	6.6
824 Difusión e información	- 26 138	37 943	- 38 100	- 25 981	-0.5	-0.8
825 Hoteles, moteles y posadas	- 23 493	60 460	- 124 085	40 132	-0.4	1.2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	1 024 425	586 303	311 469	126 652		
831 Bienes del hogar y personales	1 348 835	302 158	687 576	359 101	24.0	10.9
832 Tiendas de departamento.	- 79 170	45 028	- 141 509	17 311	-1.4	0.5
833 Automotrices y autopartes	- 245 240	239 117	- 170 235	- 314 123	-4.4	-9.5
6. Servicios de consumo duradero	266 339	192 223	- 116 505	190 621		
841 Reparaciones	- 369	76 989	- 64 710	- 12 647	0.0	-0.4
842 Educación y cultura privados	275 249	52 222	44 477	178 551	4.9	5.4
843 Salud y asistencia social privada	- 8 541	63 013	- 94 055	22 500	-0.2	0.7
Total (valores absolutos)	5 613 761	2 268 748	424 491	3 295 033	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	4 741 906			2 048 667		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	4 979 253	1 285 940	763 292	2 671 850	88.7	47.6
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842 y 843)	2 446 043			948 619	43.6	28.8

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A10.

**Cuadro A-35**  
**Corona del SUCM: componentes del cambio y participación**  
**según el PIB, 1988-1994**  
**(en miles de pesos de 1993)**

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	2 546 239	1 360 281	1 607 711	- 421 752	44.1	26.6
1. Servicios profesionales	1 471 673	413 866	1 524 415	- 466 609		
721 Servicios profesionales a empresas	1 471 673	413 866	1 524 415	- 466 609	25.5	-14.5
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	1 074 566	946 414	- 106 357	234 509		
731 Comercio al mayoreo	358 578	332 492	99 345	- 73 259	6.2	-2.3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	715 988	613 922	- 210 104	312 170	12.4	9.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	2 654 816	2 264 855	- 1 834 401	2 224 363	55.9	73.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 253 977	749 193	- 1 350 742	347 571		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 84 735	410 342	- 669 124	174 048	-1.5	5.4
812 Supermercados	- 201 579	285 276	- 515 621	28 767	-3.5	0.9
813 Gasolineras y combustibles.	32 336	53 576	- 141 364	120 125	0.6	3.7
4. Servicios de consumo inmediato	950 856	349 252	141 472	460 132		
821 Preparación de alimentos y bebidas	574 927	151 371	125 075	298 481	10.0	9.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	92 220	40 048	13 867	38 304	1.6	1.2
823 Recreación y esparcimiento	27 066	59 458	41 389	- 73 781	0.5	-2.3
824 Difusión e información	129 470	36 318	42 317	50 835	2.2	1.6
825 Hoteles, moteles y posadas	127 173	62 056	- 64 023	129 139	2.2	4.0
5. Comercio de bienes de consumo duradero	543 449	890 487	- 1 159 072	812 035		
831 Bienes del hogar y personales	239 352	648 177	- 845 844	437 019	4.1	13.6
832 Tiendas de departamento.	183 617	31 998	9 855	141 763	3.2	4.4
833 Automotrices y autopartes	120 481	210 312	- 375 763	285 931	2.1	8.9
6. Servicios de consumo duradero	1 414 488	275 923	416 983	721 583		
841 Reparaciones	264 906	85 833	- 32 842	211 914	4.6	6.6
842 Educación y cultura privados	836 056	121 737	495 050	219 268	14.5	6.8
843 Salud y asistencia social privada	313 527	68 352	98 148	147 027	5.4	4.6
Total (valores absolutos)	5 773 683	3 625 135	- 405 223	3 208 441	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	5 201 056			1 981 143		
Subtotal CC <sup>d</sup>	3 916 365	2 819 318	- 2 070 372	2 594 792	67.8	44.9
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842 y 843)	2 254 402			1 955 374	39.0	60.9

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A10.

**Cuadro A-36**  
**Corona del SUCM: componentes del cambio y participación**  
**según el PIB, 1994-1998**  
**(en miles de pesos de 1993)**

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	328 076	827 857	886 102	-1 385 883	14.5	40.5
1. Servicios profesionales	322 897	320 189	540 713	- 538 004		
721 Servicios profesionales a empresas	322 897	320 189	540 713	- 538 004	8.6	-12.6
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	99 025	507 668	262 960	- 671 604		
731 Comercio al mayoreo	160 317	176 497	- 247 242	231 062	4.3	5.4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 61 292	331 171	572 359	- 964 822	-1.6	-22.5
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	309 128	1 223 059	-1 291 796	377 865	85.5	59.5
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	83 460	293 610	26 139	- 236 288		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 241 942	166 143	- 307 666	- 100 418	-6.4	-2.3
812 Supermercados	209 144	101 521	271 946	- 164 323	5.6	-3.8
813 Gasolineras y combustibles.	116 258	25 946	99 925	- 9 612	3.1	-0.2
4. Servicios de consumo inmediato	28 958	241 673	- 465 834	253 120		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 399 408	120 702	- 419 873	- 100 238	-10.6	-2.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 88 448	26 064	- 95 359	- 19 152	-2.3	-0.4
823 Recreación y esparcimiento	- 69 517	27 930	- 30 422	- 67 025	-1.8	-1.6
824 Difusión e información	1 195 626	28 129	- 847	1 168 344	31.8	27.3
825 Hoteles, moteles y posadas	13 154	38 846	- 10 425	- 15 267	0.3	-0.4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	307 649	431 836	- 425 935	301 749		
831 Bienes del hogar y personales	- 95 968	299 018	- 276 169	- 118 817	-2.5	-2.8
832 Tiendas de departamento.	9 088	31 600	- 101 038	78 527	0.2	1.8
833 Automotrices y autopartes	394 529	101 218	- 12 529	305 840	10.5	7.1
6. Servicios de consumo duradero	- 137 959	255 940	- 396 868	2 969		
841 Reparaciones	94 132	62 454	13 617	18 062	2.5	0.4
842 Educación y cultura privados	- 24 839	133 698	- 336 809	178 273	-0.7	4.2
843 Salud y asistencia social privada	- 267 631	59 788	- 120 967	- 206 452	-7.1	-4.8
Total (valores absolutos)	3 764 191	2 050 916	- 460 790	4 284 236	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 266 103			- 324 024		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 878 532	533 597	- 684 849	1 980 106	49.9	52.6
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842 y 843)	1 103 962			1 279 326	29.3	29.9

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A10.

## Cuadro A-37

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1980-1988

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	322 941	98 870	- 22 973	247 045	35.2	46.2
1. Servicios profesionales	193 535	25 389	- 21 420	189 566		
721 Servicios profesionales a empresas	193 535	25 389	- 21 420	189 566	13.5	15.1
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	129 406	73 481	10 775	45 150		
731 Comercio al mayoreo	221 236	25 528	- 17 315	213 023	15.4	17.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 91 830	47 953	35 194	- 174 977	-6.4	-14.0
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	829 262	247 600	42 260	539 402	64.8	53.8
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	361 513	58 625	126 942	175 946		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	181 654	20 230	40 285	121 139	12.6	9.7
812 Supermercados	141 446	41 321	41 997	58 127	9.8	4.6
813 Gasolineras y combustibles.	38 414	- 2 925	- 37 687	79 026	2.7	6.3
4. Servicios de consumo inmediato	- 25 926	62 895	- 102 121	13 301		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 1 287	28 819	- 12 982	- 17 123	-0.1	-1.4
822 Servicios de aseo y limpieza personal	3 474	5 340	- 11 119	9 253	0.2	0.7
823 Recreación y esparcimiento	227	3 404	- 13 513	10 337	0.0	0.8
824 Difusión e información	- 23 247	7 547	- 7 578	- 23 215	-1.6	-1.9
825 Hoteles, moteles y posadas	- 5 093	17 785	- 36 502	13 623	-0.4	1.1
5. Comercio de bienes de consumo duradero	448 702	88 650	47 095	312 958		
831 Bienes del hogar y personales	444 001	53 031	120 674	270 296	30.9	21.6
832 Tiendas de departamento.	- 727	1 493	- 4 693	2 473	-0.1	0.2
833 Automotrices y autopartes	5 428	34 126	- 24 295	- 4 403	0.4	-0.4
6. Servicios de consumo duradero	44 972	37 431	- 22 687	30 228		
841 Reparaciones	- 853	13 197	- 11 093	- 2 958	-0.1	-0.2
842 Educación y cultura privados	65 572	8 526	7 261	49 785	4.6	4.0
843 Salud y asistencia social privada	- 19 747	15 707	- 23 445	- 12 009	-1.4	-1.0
Total (valores absolutos)	1 437 769	346 470	23 769	1 251 333	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 152 203			781 964		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 295 378	199 122	67 968	1 016 648	90.1	70.7
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 823, 824, 825, 832)	194 702			212 636	13.5	17.0

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A13.

## Cuadro A-38

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1988-1994 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	387 115	184 791	218 404	- 16 079	33.7	50.2
1. Servicios profesionales	181 142	72 953	268 711	- 160 521		
721 Servicios profesionales a empresas	181 142	72 953	268 711	- 160 521	13.2	-15.4
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	205 973	111 838	- 12 568	106 703		
731 Comercio al mayoreo	- 37 615	79 494	23 752	- 140 862	-2.7	-13.5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	243 588	32 344	- 11 069	222 314	17.7	21.3
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	- 39 910	467 504	- 378 651	- 128 763	66.3	49.8
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 180 597	148 771	- 268 224	- 61 144		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 29 665	64 456	- 105 105	10 985	-2.2	1.1
812 Supermercados	- 173 102	78 724	- 142 289	- 109 536	-12.6	-10.5
813 Gasolineras y combustibles.	22 169	5 592	- 14 754	31 332	1.6	3.0
4. Servicios de consumo inmediato	162 485	64 212	26 011	72 262		
821 Preparación de alimentos y bebidas	113 608	31 864	26 329	55 414	8.3	5.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	9 386	6 761	2 341	285	0.7	0.0
823 Recreación y esparcimiento	41 319	3 851	2 681	34 787	3.0	3.3
824 Difusión e información	15 697	3 062	3 568	9 067	1.1	0.9
825 Hoteles, moteles y posadas	- 17 526	18 674	- 19 266	- 16 934	-1.3	-1.6
5. Comercio de bienes de consumo duradero	- 221 426	202 380	- 263 421	- 160 385		
831 Bienes del hogar y personales	- 225 042	161 545	- 210 810	- 175 777	-16.4	-16.8
832 Tiendas de departamento.	34 048	1 499	462	32 087	2.5	3.1
833 Automotrices y autopartes	- 30 431	39 335	- 70 280	514	-2.2	0.0
6. Servicios de consumo duradero	199 628	52 141	78 796	68 691		
841 Reparaciones	26 067	14 531	- 5 560	17 096	1.9	1.6
842 Educación y cultura privados	120 006	24 632	100 169	- 4 796	8.7	-0.5
843 Salud y asistencia social privada	53 556	12 977	18 633	21 945	3.9	2.1
Total (valores absolutos)	1 373 967	652 295	- 132 487	1 044 251	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	347 206			- 172 602		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	619 534	216 273	- 152 755	435 824	45.1	31.7
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 823, 824, 825, 832)	75 430			101 608	5.5	9.7

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A10.

## Cuadro A-39

### Zona Metropolitana de Cuernavaca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo	
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		(CC)	% <sup>c</sup>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	- 274 002	116 502	124 699	- 515 203	28.7		50.3
1. Servicios profesionales	- 32 746	48 769	82 357	- 163 871			
721 Servicios profesionales a empresas	- 32 746	48 769	82 357	- 163 871	-3.4		-16.6
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	- 242 684	67 733	35 084	- 345 502			
731 Comercio al mayoreo	- 84 533	30 109	- 42 177	- 72 465	-8.8		-7.3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 158 151	37 625	65 027	- 260 803	-16.5		-26.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	- 268 010	194 837	- 205 788	- 257 060	71.3		49.7
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	60 663	45 546	4 055	11 062			
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 36 800	24 495	- 45 359	- 15 935	-3.8		-1.6
812 Supermercados	72 629	16 501	44 203	11 925	7.6		1.2
813 Gasolineras y combustibles.	24 834	4 550	17 524	2 760	2.6		0.3
4. Servicios de consumo inmediato	- 61 597	43 224	- 83 316	- 21 504			
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 120 560	24 681	- 85 856	- 59 385	-12.6		-6.0
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 16 202	3 794	- 13 881	- 6 115	-1.7		-0.6
823 Recreación y esparcimiento	- 25 482	5 687	- 6 194	- 24 974	-2.7		-2.5
824 Difusión e información	91 324	2 840	- 85	88 569	9.5		9.0
825 Hoteles, moteles y posadas	17 655	6 221	- 1 670	13 103	1.8		1.3
5. Comercio de bienes de consumo duradero	- 179 332	64 335	- 63 456	- 180 211			
831 Bienes del hogar y personales	- 142 217	46 620	- 43 058	- 145 779	-14.8		-14.7
832 Tiendas de departamento.	2 458	3 974	- 12 708	11 192	0.3		1.1
833 Automotrices y autopartes	- 39 573	13 740	- 1 701	- 51 612	-4.1		-5.2
6. Servicios de consumo duradero	- 79 144	41 732	- 64 712	- 56 165			
841 Reparaciones	- 5 787	8 733	1 904	- 16 424	-0.6		-1.7
842 Educación y cultura privados	- 36 602	22 234	- 56 012	- 2 824	-3.8		-0.3
843 Salud y asistencia social privada	- 51 871	10 766	- 21 782	- 40 855	-5.4		-4.1
Total (valores absolutos)	959 425	311 339	- 119 470	988 593	100.0		100.0
Total (suma algebraica)	- 541 624			- 733 493			
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	208 901	34 087	47 263	127 550	21.8		13.3
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (811, 813, 822, 823, 824, 825, 832)	57 788			68 600	6.0		6.9

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A10.

## Cuadro A-40

### Zona Metropolitana de Cuautla: componentes del cambio y participación según el PIB, 1980-1988 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo	
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		(CC)	% <sup>c</sup>
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	6 207	21 270	- 4 942	- 10 121	19.1	20.3	
1. Servicios profesionales	5 869	6 001	- 5 063	4 931			
721 Servicios profesionales a empresas	5 869	6 001	- 5 063	4 931	1.0	0.7	
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	338	15 269	2 239	- 17 170			
731 Comercio al mayoreo	53 798	- 4 503	3 054	55 247	9.1	7.6	
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 53 461	19 772	14 511	- 87 744	-9.0	-12.0	
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	178 388	70 489	12 031	95 868	80.9	79.7	
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	133 207	14 130	30 596	88 481			
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	241 093	- 10 602	- 21 112	272 807	40.7	37.4	
812 Supermercados	- 85 119	18 977	19 287	- 123 383	-14.4	-16.9	
813 Gasolineras y combustibles.	- 22 767	5 755	74 146	- 102 669	-3.8	-14.1	
4. Servicios de consumo inmediato	- 41 409	31 462	- 51 084	- 21 787			
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 18 820	14 194	- 6 394	- 26 619	-3.2	-3.6	
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 603	1 460	- 3 040	977	-0.1	0.1	
823 Recreación y esparcimiento	- 23 259	4 812	- 19 104	- 8 968	-3.9	-1.2	
824 Difusión e información	- 12	821	- 825	- 8	0.0	0.0	
825 Hoteles, moteles y posadas	1 284	10 174	- 20 881	11 991	0.2	1.6	
5. Comercio de bienes de consumo duradero	78 458	17 432	9 261	51 764			
831 Bienes del hogar y personales	61 893	15 467	35 196	11 230	10.4	1.5	
832 Tiendas de departamento.	3 605	163	- 511	3 954	0.6	0.5	
833 Automotrices y autopartes	12 959	1 803	- 1 283	12 440	2.2	1.7	
6. Servicios de consumo duradero	8 133	7 465	- 4 524	5 192			
841 Reparaciones	3 979	4 688	- 3 940	3 231	0.7	0.4	
842 Educación y cultura privados	3 623	868	740	2 016	0.6	0.3	
843 Salud y asistencia social privada	531	1 908	- 2 848	1 471	0.1	0.2	
Total (valores absolutos)	592 674	91 759	61 931	729 685	100.0	100.0	
Total (suma algebraica)	184 594			30 904			
Subtotal CC <sup>d</sup>	389 237	27 428	- 19 690	380 295	65.7	64.2	
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 812, 813, 822, 825, 831, 832, 833, 842, 843)	35 074			- 121 795	5.9	-16.7	

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A16.

## Cuadro A-41

### Zona Metropolitana de Cuautla: componentes del cambio y participación según el PIB, 1988-1994 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	76 848	25 168	29 746	21 933	21.4	23.1
1. Servicios profesionales	17 616	8 051	29 653	- 20 088		
721 Servicios profesionales a empresas	17 616	8 051	29 653	- 20 088	4.9	-6.3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	59 231	17 118	- 1 924	44 037		
731 Comercio al mayoreo	4 212	7 378	2 204	- 5 369	1.2	-1.7
732 Comercio de equipos e insumos industriales	55 019	9 740	- 3 333	48 612	15.3	15.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	96 180	119 792	- 97 024	73 413	78.6	76.9
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 47 833	46 479	- 83 799	- 10 513		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 85 703	43 752	- 71 345	- 58 111	-23.8	-18.1
812 Supermercados	35 484	1 553	- 2 808	36 738	9.9	11.5
813 Gasolineras y combustibles.	2 386	1 174	- 3 097	4 310	0.7	1.3
4. Servicios de consumo inmediato	81 935	25 564	10 355	46 015		
821 Preparación de alimentos y bebidas	17 245	11 502	9 504	- 3 761	4.8	-1.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	2 781	1 490	516	775	0.8	0.2
823 Recreación y esparcimiento	26 272	8	5	26 258	7.3	8.2
824 Difusión e información	1 317	914	1 065	- 661	0.4	-0.2
825 Hoteles, moteles y posadas	34 320	11 650	- 12 020	34 689	9.5	10.8
5. Comercio de bienes de consumo duradero	43 346	37 543	- 48 866	54 669		
831 Bienes del hogar y personales	21 199	31 530	- 41 146	30 815	5.9	9.6
832 Tiendas de departamento.	- 4 347	1 013	312	- 5 671	-1.2	-1.8
833 Automotrices y autopartes	26 493	4 999	- 8 932	30 426	7.4	9.5
6. Servicios de consumo duradero	18 732	10 205	15 423	- 6 896		
841 Reparaciones	- 3 329	6 149	- 2 353	- 7 125	-0.9	-2.2
842 Educación y cultura privados	14 368	1 804	7 338	5 226	4.0	1.6
843 Salud y asistencia social privada	7 692	2 252	3 233	2 207	2.1	0.7
Total (valores absolutos)	359 785	144 960	- 91 203	320 843	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	173 028			119 271		
Subtotal CC <sup>d</sup>	226 015	66 202	- 60 244	220 057	62.8	61.2
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 812, 813, 822, 825, 831, 832, 833, 842, 843)	162 207			114 058	45.1	35.5

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A16.

## Cuadro A-42

### Zona Metropolitana de Cuautla: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	35 910	18 232	19 515	- 1 836	19.1	25.7
1. Servicios profesionales	30 921	5 149	8 696	17 076		
721 Servicios profesionales a empresas	30 921	5 149	8 696	17 076	10.4	6.2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	8 270	13 083	6 776	- 11 589		
731 Comercio al mayoreo	17 039	3 549	- 4 972	18 461	5.7	6.7
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 8 769	9 533	16 476	- 34 779	-2.9	-12.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	- 103 747	60 354	- 63 746	- 100 355	80.9	74.3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	36 761	15 071	1 342	20 348		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 11 419	10 200	- 18 889	- 2 730	-3.8	-1.0
812 Supermercados	30 768	4 138	11 085	15 544	10.3	5.7
813 Gasolineras y combustibles.	17 412	733	2 823	13 857	5.8	5.1
4. Servicios de consumo inmediato	- 42 410	18 899	- 36 428	- 24 880		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 53 944	6 580	- 22 889	- 37 635	-18.1	-13.8
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 3 945	906	- 3 315	- 1 536	-1.3	-0.6
823 Recreación y esparcimiento	- 3 538	2 578	- 2 808	- 3 308	-1.2	-1.2
824 Difusión e información	12 458	518	- 16	11 956	4.2	4.4
825 Hoteles, moteles y posadas	- 14 724	8 317	- 2 232	- 20 809	-4.9	-7.6
5. Comercio de bienes de consumo duradero	- 78 138	20 209	- 19 933	- 78 414		
831 Bienes del hogar y personales	- 51 398	15 482	- 14 299	- 52 581	-17.3	-19.2
832 Tiendas de departamento.	336	5	- 14	346	0.1	0.1
833 Automotrices y autopartes	- 27 076	4 722	- 584	- 31 214	-9.1	-11.4
6. Servicios de consumo duradero	- 15 552	6 175	- 9 574	- 12 152		
841 Reparaciones	- 1 405	2 288	499	- 4 192	-0.5	-1.5
842 Educación y cultura privados	- 5 130	2 175	- 5 480	- 1 825	-1.7	-0.7
843 Salud y asistencia social privada	- 7 433	1 711	- 3 462	- 5 681	-2.5	-2.1
Total (valores absolutos)	297 713	78 585	- 39 383	273 529	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	- 79 847			- 119 049		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	108 933	14 092	17 602	77 240	36.6	25.9
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 812, 813, 822, 825, 831, 832, 833, 842, 843)	- 13 231			- 48 362	-4.4	-17.7

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres periodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A16.

## Cuadro A-43

### Zona Metropolitana de Pachuca: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1980-1988

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	200 936	24 439	- 5 679	182 176	38.8	37.9
1. Servicios profesionales	46 181	3 625	- 3 058	45 614		
721 Servicios profesionales a empresas	46 181	3 625	- 3 058	45 614	6.0	5.3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	154 756	20 814	3 052	130 890		
731 Comercio al mayoreo	203 113	2 849	- 1 932	202 197	26.5	23.4
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 48 358	17 965	13 185	- 79 508	-6.3	-9.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	333 564	68 963	11 770	252 830	61.2	62.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	110 907	8 732	18 908	83 267		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	145 977	- 5 959	- 11 867	163 804	19.0	19.0
812 Supermercados	- 17 582	10 501	10 672	- 38 755	-2.3	-4.5
813 Gasolineras y combustibles.	- 17 488	4 191	53 993	- 75 672	-2.3	-8.8
4. Servicios de consumo inmediato	149 956	17 525	- 28 455	160 886		
821 Preparación de alimentos y bebidas	13 417	4 122	- 1 857	11 152	1.7	1.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	946	2 806	- 5 843	3 983	0.1	0.5
823 Recreación y esparcimiento	138 875	6 776	- 26 900	158 999	18.1	18.4
824 Difusión e información	5 446	954	- 958	5 450	0.7	0.6
825 Hoteles, moteles y posadas	- 8 727	2 867	- 5 885	- 5 710	-1.1	-0.7
5. Comercio de bienes de consumo duradero	73 555	30 093	15 987	27 475		
831 Bienes del hogar y personales	91 142	14 956	34 032	42 155	11.9	4.9
832 Tiendas de departamento.	- 10 757	3 484	- 10 949	- 3 292	-1.4	-0.4
833 Automotrices y autopartes	- 6 830	11 654	- 8 297	- 10 187	-0.9	-1.2
6. Servicios de consumo duradero	- 855	12 613	- 7 644	- 5 823		
841 Reparaciones	5 577	5 037	- 4 234	4 773	0.7	0.6
842 Educación y cultura privados	- 2 547	3 652	3 111	- 9 310	-0.3	-1.1
843 Salud y asistencia social privada	- 3 884	3 923	- 5 855	- 1 952	-0.5	-0.2
Total (valores absolutos)	766 847	93 402	27 358	862 511	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	534 500			413 740		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	650 674	35 165	- 22 618	638 126	84.9	83.2
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 811, 812, 813, 821, 825, 831, 841, 842)	459 063			340 248	59.9	39.4

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A19.

## Cuadro A-44

### Zona Metropolitana de Pachuca: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1988-1994

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	176 248	73 599	86 986	15 662	36.7	31.8
1. Servicios profesionales	126 670	14 692	54 117	57 860		
721 Servicios profesionales a empresas	126 670	14 692	54 117	57 860	21.9	9.1
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	49 577	58 907	- 6 620	- 2 709		
731 Comercio al mayoreo	- 18 010	50 007	14 941	- 82 959	-3.1	-13.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	67 588	8 900	- 3 046	61 734	11.7	9.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	27 388	153 865	- 124 621	- 1 855	63.3	68.2
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	33 410	35 314	- 63 669	61 765		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 3 952	27 004	- 44 035	13 078	-0.7	2.1
812 Supermercados	30 826	7 665	- 13 854	37 015	5.3	5.8
813 Gasolineras y combustibles	6 536	645	- 1 702	7 593	1.1	1.2
4. Servicios de consumo inmediato	- 137 483	54 130	21 927	- 213 540		
821 Preparación de alimentos y bebidas	18 287	7 693	6 356	4 238	3.2	0.7
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1 188	3 350	1 160	- 3 322	0.2	-0.5
823 Recreación y esparcimiento	- 161 995	39 579	27 551	- 229 126	-28.0	-35.9
824 Difusión e información	- 2 739	2 321	2 704	- 7 764	-0.5	-1.2
825 Hoteles, moteles y posadas	7 776	1 188	- 1 225	7 814	1.3	1.2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	45 219	50 542	- 65 786	60 463		
831 Bienes del hogar y personales	28 270	37 703	- 49 201	39 768	4.9	6.2
832 Tiendas de departamento	- 743	1 408	434	- 2 585	-0.1	-0.4
833 Automotrices y autopartes	17 692	11 431	- 20 423	26 685	3.1	4.2
6. Servicios de consumo duradero	86 242	13 878	20 974	51 390		
841 Reparaciones	6 759	6 907	- 2 643	2 495	1.2	0.4
842 Educación y cultura privados	58 302	3 489	14 187	40 625	10.1	6.4
843 Salud y asistencia social privada	21 182	3 482	5 000	12 699	3.7	2.0
Total (valores absolutos)	578 517	227 464	- 9 677	637 360	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	203 636			- 14 151		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	393 841	130 799	- 56 467	311 605	68.1	53.9
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 811, 812, 813, 821, 825, 831, 841, 842)	261 464			127 528	45.2	20.0

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres periodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A19.

## Cuadro A-45

### Zona Metropolitana de Pachuca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	- 68 771	48 563	51 980	- 169 315	33.0	55.4
1. Servicios profesionales	- 56 287	18 661	31 514	- 106 462		
721 Servicios profesionales a empresas	- 56 287	18 661	31 514	- 106 462	-22.9	-35.2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	- 2 917	29 902	15 489	- 48 308		
731 Comercio al mayoreo	10 980	19 494	- 27 308	18 794	4.5	6.2
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 13 898	10 408	17 988	- 42 294	-5.7	-14.0
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	48 714	68 097	- 71 924	52 541	67.0	44.6
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	21 472	18 288	1 628	1 557		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 14 049	11 093	- 20 542	- 4 600	-5.7	-1.5
812 Supermercados	28 935	6 280	16 822	5 833	11.8	1.9
813 Gasolineras y combustibles	6 586	915	3 524	2 148	2.7	0.7
4. Servicios de consumo inmediato	40 535	9 537	- 18 383	49 382		
821 Preparación de alimentos y bebidas	6 006	5 063	- 17 611	18 555	2.4	6.1
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 4 551	1 540	- 5 636	- 456	-1.9	-0.2
823 Recreación y esparcimiento	- 273	949	- 1 033	- 188	-0.1	-0.1
824 Difusión e información	47 725	718	- 22	47 028	19.4	15.6
825 Hoteles, moteles y posadas	3 967	1 267	- 340	3 040	1.6	1.0
5. Comercio de bienes de consumo duradero	- 15 375	25 919	- 25 565	- 15 729		
831 Bienes del hogar y personales	- 7 210	18 799	- 17 363	- 8 647	-2.9	-2.9
832 Tiendas de departamento	8 093	526	- 1 681	9 248	3.3	3.1
833 Automotrices y autopartes	- 16 258	6 594	- 816	- 22 035	-6.6	-7.3
6. Servicios de consumo duradero	- 998	14 353	- 22 256	6 905		
841 Reparaciones	8 491	3 599	785	4 107	3.5	1.4
842 Educación y cultura privados	- 5 328	7 197	- 18 132	5 606	-2.2	1.9
843 Salud y asistencia social privada	- 6 946	3 556	- 7 196	- 3 307	-2.8	-1.1
Total (valores absolutos)	245 584	116 660	- 47 047	302 349	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	- 4 016			- 73 629		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	126 112	45 059	- 43 963	114 360	51.4	46.6
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 731, 811, 812, 813, 821, 825, 831, 841, 842)	- 17 908			- 61 626	-7.3	-20.4

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A19.

## Cuadro A-46

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: componentes del cambio y participación según el PIB, 1980-1988 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	220 750	472 752	- 109 848	- 142 154	38.2	47.3
1. Servicios profesionales	542 323	93 660	- 79 020	527 683		
721 Servicios profesionales a empresas	542 323	93 660	- 79 020	527 683	16.7	19.7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	- 321 574	379 092	55 589	- 756 255		
731 Comercio al mayoreo	- 511 250	169 843	- 115 199	- 565 894	-15.7	-21.1
732 Comercio de equipos e insumos industriales	189 676	209 249	153 575	- 173 148	5.8	-6.5
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 322 834	476 765	81 373	764 697	61.8	52.7
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	747 954	89 376	193 526	465 052		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	384 269	44 589	88 794	250 886	11.8	9.4
812 Supermercados	307 065	39 601	40 249	227 216	9.4	8.5
813 Gasolineras y combustibles.	56 620	5 186	66 812	- 15 378	1.7	-0.6
4. Servicios de consumo inmediato	84 908	84 948	- 137 929	137 888		
821 Preparación de alimentos y bebidas	89 402	27 048	- 12 185	74 539	2.8	2.8
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 7 651	16 656	- 34 680	10 373	-0.2	0.4
823 Recreación y esparcimiento	4 232	7 881	- 31 286	27 637	0.1	1.0
824 Difusión e información	- 8 575	20 568	- 20 653	- 8 490	-0.3	-0.3
825 Hoteles, moteles y posadas	7 499	12 795	- 26 260	20 964	0.2	0.8
5. Comercio de bienes de consumo duradero	274 409	233 034	123 798	- 82 423		
831 Bienes del hogar y personales	600 552	90 220	205 300	305 032	18.5	11.4
832 Tiendas de departamento.	- 112 189	35 013	- 110 034	- 37 168	-3.5	-1.4
833 Automotrices y autopartes	- 213 955	107 802	- 76 747	- 245 009	-6.6	-9.1
6. Servicios de consumo duradero	215 564	69 406	- 42 067	188 224		
841 Reparaciones	35 096	27 547	- 23 153	30 702	1.1	1.1
842 Educación y cultura privados	154 833	17 518	14 920	122 395	4.8	4.6
843 Salud y asistencia social privada	25 635	24 342	- 36 333	37 626	0.8	1.4
Total (valores absolutos)	3 250 822	949 517	4 099	2 680 140	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 543 583			589 967		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	2 158 558	401 856	106 346	1 635 054	66.4	50.3
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (731, 811, 821, 822, 823, 825, 831, 832, 841, 842, 843)	670 428			277 093	20.6	10.3

a Los renglones en gris son los grupos con CC+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del CC se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del CC positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A22.

## Cuadro A-47

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: componentes del cambio y participación según el PIB, 1988-1994 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	950 288	578 479	683 702	- 311 893	41.3	59.7
1. Servicios profesionales	258 457	229 555	845 533	- 816 631		
721 Servicios profesionales a empresas	258 457	229 555	845 533	- 816 631	11.2	-39.5
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	691 830	348 924	- 39 212	382 118		
731 Comercio al mayoreo	385 747	71 674	21 415	292 658	16.8	14.2
732 Comercio de equipos e insumos industriales	306 083	277 249	- 94 884	123 717	13.3	6.0
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	1 009 880	837 041	- 677 955	850 794	58.7	40.3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 161 786	272 182	- 490 725	56 757		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 52 077	138 354	- 225 606	35 176	-2.3	1.7
812 Supermercados	- 118 502	114 988	- 207 834	- 25 655	-5.1	-1.2
813 Gasolineras y combustibles.	8 793	18 841	- 49 714	39 666	0.4	1.9
4. Servicios de consumo inmediato	337 743	114 377	46 331	177 036		
821 Preparación de alimentos y bebidas	161 220	50 797	41 972	68 451	7.0	3.3
822 Servicios de aseo y limpieza personal	32 963	16 824	5 826	10 313	1.4	0.5
823 Recreación y esparcimiento	45 270	9 771	6 801	28 698	2.0	1.4
824 Difusión e información	39 912	20 977	24 443	- 5 508	1.7	-0.3
825 Hoteles, moteles y posadas	58 379	16 008	- 16 515	58 886	2.5	2.8
5. Comercio de bienes de consumo duradero	209 794	323 328	- 420 849	307 315		
831 Bienes del hogar y personales	16 372	239 141	- 312 069	89 300	0.7	4.3
832 Tiendas de departamento.	91 178	13 209	4 068	73 901	4.0	3.6
833 Automotrices y autopartes	102 244	70 978	- 126 816	158 082	4.4	7.7
6. Servicios de consumo duradero	624 129	127 155	192 160	304 815		
841 Reparaciones	46 693	38 833	- 14 858	22 719	2.0	1.1
842 Educación y cultura privados	427 238	55 247	224 664	147 327	18.6	7.1
843 Salud y asistencia social privada	150 198	33 075	47 493	69 631	6.5	3.4
Total (valores absolutos)	2 301 327	1 415 520	173 917	2 066 319	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 960 168			370 731		
Subtotal CC <sup>d</sup>	1 837 762	1 011 167	- 473 366	1 195 806	79.9	52.0
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (731, 811, 821, 822, 823, 825, 831, 832, 841, 842, 843)	1 363 181			897 060	59.2	43.4

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A22.

## Cuadro A-48

### Zona Metropolitana de Puebla-Tlaxcala: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	75 891	339 068	362 923	- 626 100	24.3	39.8
1. Servicios profesionales	173 065	122 922	207 583	- 157 440		
721 Servicios profesionales a empresas	173 065	122 922	207 583	- 157 440	12.4	-8.3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	- 57 000	216 145	111 958	- 385 104		
731 Comercio al mayoreo	54 665	68 279	- 95 647	82 033	3.9	4.3
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 111 665	147 867	255 556	- 515 088	-8.0	-27.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	- 230 263	454 831	- 480 393	- 204 701	75.7	60.2
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 161 332	99 855	8 890	- 270 077		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 77 609	53 714	- 99 468	- 31 855	-5.6	-1.7
812 Supermercados	- 97 815	37 270	99 835	- 234 919	-7.0	-12.4
813 Gasolineras y combustibles.	14 092	8 872	34 167	- 28 947	1.0	-1.5
4. Servicios de consumo inmediato	- 81 896	81 728	- 157 534	- 6 090		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 108 658	37 397	- 130 087	- 15 968	-7.8	-0.8
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 34 861	10 383	- 37 988	- 7 257	-2.5	-0.4
823 Recreación y esparcimiento	- 41 114	8 591	- 9 357	- 40 347	-2.9	-2.1
824 Difusión e información	314 916	12 830	- 386	302 472	22.6	15.9
825 Hoteles, moteles y posadas	- 25 445	12 527	- 3 362	- 34 610	-1.8	-1.8
5. Comercio de bienes de consumo duradero	73 628	158 018	- 155 859	71 469		
831 Bienes del hogar y personales	57 356	103 270	- 95 379	49 465	4.1	2.6
832 Tiendas de departamento.	17 361	14 552	- 46 528	49 337	1.2	2.6
833 Automotrices y autopartes	- 1 089	40 196	- 4 975	- 36 309	-0.1	-1.9
6. Servicios de consumo duradero	- 62 836	115 230	- 178 678	612		
841 Reparaciones	74 127	21 085	4 597	48 445	5.3	2.6
842 Educación y cultura privados	7 175	65 362	- 164 658	106 472	0.5	5.6
843 Salud y asistencia social privada	- 185 103	28 782	- 58 234	- 155 652	-13.3	-8.2
Total (valores absolutos)	1 396 118	793 898	- 144 333	1 896 616	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	29 398			- 620 167		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	525 601	285 378	- 398 001	638 225	37.6	45.7
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (731, 811, 821, 822, 823, 825, 831, 832, 841, 842, 843)	- 262 106			50 064	-18.8	2.6

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A22.

## Cuadro A-49

### Zona Metropolitana de Querétaro: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1980-1988

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	536 245	57 930	- 13 461	491 775	42.4	39.9
1. Servicios profesionales	150 289	9 790	- 8 259	148 759		
721 Servicios profesionales a empresas	150 289	9 790	- 8 259	148 759	11.9	12.9
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	385 956	48 141	7 059	330 756		
731 Comercio al mayoreo	220 456	5 123	- 3 475	218 808	17.4	19.0
732 Comercio de equipos e insumos industriales	165 499	43 017	31 572	90 910	13.1	7.9
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	430 279	168 574	28 772	232 933	57.6	60.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	278 774	20 862	45 173	212 739		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	163 365	6 894	13 728	142 744	12.9	12.4
812 Supermercados	18 811	20 614	20 951	- 22 754	1.5	-2.0
813 Gasolineras y combustibles.	96 598	- 6 645	- 85 613	188 857	7.6	16.4
4. Servicios de consumo inmediato	54 621	32 686	- 53 071	75 006		
821 Preparación de alimentos y bebidas	52 336	11 733	- 5 286	45 888	4.1	4.0
822 Servicios de aseo y limpieza personal	1 835	2 555	- 5 319	4 599	0.1	0.4
823 Recreación y esparcimiento	14 904	34	- 134	15 004	1.2	1.3
824 Difusión e información	6 412	3 310	- 3 323	6 426	0.5	0.6
825 Hoteles, moteles y posadas	- 20 866	15 054	- 30 897	- 5 023	-1.6	-0.4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	105 709	83 944	44 595	- 22 831		
831 Bienes del hogar y personales	187 269	35 074	79 814	72 381	14.8	6.3
832 Tiendas de departamento.	10 149	7 336	- 23 055	25 868	0.8	2.2
833 Automotrices y autopartes	- 91 709	41 534	- 29 569	- 103 674	-7.2	-9.0
6. Servicios de consumo duradero	- 8 825	31 082	- 18 838	- 21 068		
841 Reparaciones	- 36 896	7 834	- 6 584	- 38 145	-2.9	-3.3
842 Educación y cultura privados	21 396	17 585	14 977	- 11 165	1.7	-1.0
843 Salud y asistencia social privada	6 675	5 664	- 8 454	9 465	0.5	0.8
Total (valores absolutos)	1 265 465	226 504	- 48 928	1 150 470	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	966 523			788 947		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 075 787	123 884	- 17 805	969 709	85.0	76.6
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 732, 811, 812, 813, 821, 822, 823, 824, 831, 832, 833, 841, 843)	745 536			586 327	58.9	51.0

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A25.

## Cuadro A-50

### Zona Metropolitana de Querétaro: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1988-1994

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	770 529	188 280	222 527	359 722	44.2	39.8
1. Servicios profesionales	412 598	45 574	167 865	199 159		
721 Servicios profesionales a empresas	412 598	45 574	167 865	199 159	23.7	14.7
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	357 931	142 706	- 16 037	231 262		
731 Comercio al mayoreo	16 952	56 543	16 895	- 56 486	1.0	-4.2
732 Comercio de equipos e insumos industriales	340 979	86 162	- 29 488	284 304	19.6	20.9
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	899 915	287 327	- 232 718	845 306	55.8	60.2
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	71 098	87 553	- 157 851	141 396		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	73 934	45 357	- 73 961	102 538	4.2	7.5
812 Supermercados	33 019	27 342	- 49 418	55 095	1.9	4.1
813 Gasolineras y combustibles.	- 35 855	14 854	- 39 195	- 11 514	-2.1	-0.8
4. Servicios de consumo inmediato	252 976	49 070	19 877	184 030		
821 Preparación de alimentos y bebidas	126 116	25 160	20 789	80 166	7.2	5.9
822 Servicios de aseo y limpieza personal	21 414	3 274	1 134	17 006	1.2	1.3
823 Recreación y esparcimiento	21 617	3 474	2 418	15 725	1.2	1.2
824 Difusión e información	51 474	5 172	6 026	40 276	3.0	3.0
825 Hoteles, moteles y posadas	32 355	11 990	- 12 370	32 735	1.9	2.4
5. Comercio de bienes de consumo duradero	205 240	118 052	- 153 658	240 846		
831 Bienes del hogar y personales	151 479	82 317	- 107 421	176 583	8.7	13.0
832 Tiendas de departamento.	16 003	10 527	3 242	2 234	0.9	0.2
833 Automotrices y autopartes	37 757	25 208	- 45 039	57 588	2.2	4.2
6. Servicios de consumo duradero	370 601	32 652	49 345	288 604		
841 Reparaciones	124 353	236	- 90	124 207	7.1	9.1
842 Educación y cultura privados	207 858	24 557	99 863	83 439	11.9	6.1
843 Salud y asistencia social privada	38 390	7 859	11 285	19 245	2.2	1.4
Total (valores absolutos)	1 742 153	475 606	- 27 464	1 358 303	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 670 444			1 222 301		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 689 346	404 208	- 5 164	1 290 302	97.0	74.1
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 732, 811, 812, 813, 821, 822, 823, 824, 831, 832, 833, 841, 843)	1 413 278			1 162 614	81.1	85.6

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A25.

## Cuadro A-51

### Zona Metropolitana de Querétaro: componentes del cambio y participación

según el PIB, 1994-1998

(en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	391 470	155 565	166 510	69 396	38.2	17.1
1. Servicios profesionales	180 682	59 815	101 011	19 857		
721 Servicios profesionales a empresas	180 682	59 815	101 011	19 857	14.5	3.0
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	234 242	95 750	49 596	88 895		
731 Comercio al mayoreo	- 30 869	25 700	- 36 001	- 20 568	-2.5	-3.1
732 Comercio de equipos e insumos industriales	265 111	70 050	121 067	73 993	21.2	11.0
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	135 002	210 354	- 222 176	146 824	61.8	82.9
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	128 882	44 190	3 934	80 758		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 30 901	26 529	- 49 127	- 8 303	-2.5	-1.2
812 Supermercados	97 720	14 860	39 805	43 055	7.8	6.4
813 Gasolineras y combustibles.	62 063	2 801	10 787	48 475	5.0	7.2
4. Servicios de consumo inmediato	31 117	45 656	- 88 003	73 464		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 65 410	23 057	- 80 207	- 8 261	-5.2	-1.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 10 718	3 491	- 12 771	- 1 438	-0.9	-0.2
823 Recreación y esparcimiento	- 10 805	3 596	- 3 916	- 10 485	-0.9	-1.6
824 Difusión e información	311 495	7 244	- 218	304 469	25.0	45.4
825 Hoteles, moteles y posadas	4 473	8 268	- 2 219	- 1 577	0.4	-0.2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	70 485	70 303	- 69 343	69 525		
831 Bienes del hogar y personales	7 865	49 842	- 46 034	4 056	0.6	0.6
832 Tiendas de departamento.	- 2 785	6 044	- 19 324	10 495	-0.2	1.6
833 Automotrices y autopartes	65 406	14 417	- 1 785	52 773	5.2	7.9
6. Servicios de consumo duradero	- 90 393	50 205	- 77 849	- 62 749		
841 Reparaciones	- 2 944	12 288	2 679	- 17 911	-0.2	-2.7
842 Educación y cultura privados	- 88 604	30 813	- 77 623	- 41 794	-7.1	-6.2
843 Salud y asistencia social privada	- 9 940	7 104	- 14 373	- 2 671	-0.8	-0.4
Total (valores absolutos)	1 247 792	365 918	- 68 248	670 181	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	741 837			444 167		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	996 071	237 361	207 988	539 263	79.8	43.2
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 732, 811, 812, 813, 821, 822, 823, 824, 831, 832, 833, 841, 843)	856 838			508 106	68.7	75.8

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A25.

## Cuadro A-52

### Zona Metropolitana de Toluca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1980-1988 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Componente				Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
	Cambio absoluto	Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	592 255	155 396	- 36 108	472 966	60.8	39.7
1. Servicios profesionales	134 083	10 868	- 9 169	132 384		
721 Servicios profesionales a empresas	134 083	10 868	- 9 169	132 384	8.9	6.2
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	458 171	144 528	21 193	292 450		
731 Comercio al mayoreo	- 159 694	93 382	- 63 338	- 189 738	-10.6	-8.8
732 Comercio de equipos e insumos industriales	617 865	51 146	37 538	529 181	41.2	24.7
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	- 231 753	405 700	69 244	- 706 697	39.2	60.3
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 109 557	165 012	357 302	- 631 870		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 92 126	100 950	201 029	- 394 105	-6.1	-18.4
812 Supermercados	- 64 614	62 636	63 661	- 190 912	-4.3	-8.9
813 Gasolineras y combustibles.	47 184	1 426	18 372	27 386	3.1	1.3
4. Servicios de consumo inmediato	- 173 138	73 312	- 119 036	- 127 415		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 170 143	56 974	- 25 666	- 201 451	-11.3	-9.4
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 15 882	10 763	- 22 409	- 4 236	-1.1	-0.2
823 Recreación y esparcimiento	16 640	- 950	3 773	13 817	1.1	0.6
824 Difusión e información	- 6 163	4 743	- 4 762	- 6 144	-0.4	-0.3
825 Hoteles, moteles y posadas	2 410	1 783	- 3 660	4 287	0.2	0.2
5. Comercio de bienes de consumo duradero	43 592	133 149	70 734	- 160 292		
831 Bienes del hogar y personales	- 36 022	93 410	212 560	- 341 993	-2.4	-15.9
832 Tiendas de departamento.	30 748	- 2 461	7 733	25 476	2.1	1.2
833 Automotrices y autopartes	48 867	42 200	- 30 043	36 710	3.3	1.7
6. Servicios de consumo duradero	7 350	34 227	- 20 745	- 6 133		
841 Reparaciones	- 7 271	18 686	- 15 706	- 10 251	-0.5	-0.5
842 Educación y cultura privados	32 371	4 072	3 468	24 831	2.2	1.2
843 Salud y asistencia social privada	- 17 750	11 469	- 17 119	- 12 100	-1.2	-0.6
Total (valores absolutos)	1 499 835	561 097	356 261	2 145 002	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	360 502			- 556 855		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	930 169	108 084	28 011	794 073	62.0	52.9
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 813, 821, 823, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842, 843)	74 953			- 307 047	5.0	-14.3

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A28.

## Cuadro A-53

### Zona Metropolitana de Toluca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1988-1994 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	185 212	309 964	366 345	- 491 097	51.1	49.6
1. Servicios profesionales	475 189	43 041	158 536	273 612		
721 Servicios profesionales a empresas	475 189	43 041	158 536	273 612	31.1	17.3
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	- 289 977	266 923	- 29 997	- 526 903		
731 Comercio al mayoreo	7 293	67 396	20 137	- 80 241	0.5	-5.1
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 297 269	199 527	- 68 284	- 428 512	-19.5	-27.2
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	661 363	399 326	- 323 431	585 468	48.9	50.4
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	31 731	158 893	- 286 473	159 311		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	12 729	91 419	- 149 072	70 382	0.8	4.5
812 Supermercados	- 9 304	55 004	- 99 418	35 109	-0.6	2.2
813 Gasolineras y combustibles.	28 306	12 470	- 32 902	48 738	1.9	3.1
4. Servicios de consumo inmediato	253 200	41 899	16 972	194 329		
821 Preparación de alimentos y bebidas	138 453	24 355	20 124	93 973	9.1	6.0
822 Servicios de aseo y limpieza personal	24 488	8 349	2 891	13 247	1.6	0.8
823 Recreación y esparcimiento	54 583	2 776	1 932	49 875	3.6	3.2
824 Difusión e información	23 809	3 872	4 512	15 425	1.6	1.0
825 Hoteles, moteles y posadas	11 867	2 546	- 2 627	11 948	0.8	0.8
5. Comercio de bienes de consumo duradero	261 276	158 643	- 206 492	309 126		
831 Bienes del hogar y personales	247 073	95 940	- 125 197	276 331	16.2	17.5
832 Tiendas de departamento.	47 478	4 343	1 338	41 798	3.1	2.6
833 Automotrices y autopartes	- 33 275	58 360	- 104 272	12 637	-2.2	0.8
6. Servicios de consumo duradero	115 156	39 892	60 285	14 979		
841 Reparaciones	64 362	19 177	- 7 338	52 523	4.2	3.3
842 Educación y cultura privados	8 284	12 008	48 830	- 52 553	0.5	-3.3
843 Salud y asistencia social privada	42 509	8 707	12 503	21 300	2.8	1.3
Total (valores absolutos)	1 526 271	709 290	- 318 308	1 578 203	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	846 575			455 592		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 213 425	430 360	- 318 990	1 016 898	79.5	66.6
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 813, 821, 823, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842, 843)	1 108 639			845 605	72.6	53.6

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del CC de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A28.

## Cuadro A-54

### Zona Metropolitana de Toluca: componentes del cambio y participación según el PIB, 1994-1998 (en miles de pesos de 1993)

Denominación <sup>a</sup>	Cambio absoluto	Componente			Cambio absoluto (CA) %	Componente competitivo (CC) % <sup>c</sup>
		Nacional	Estructural	Competitivo <sup>b</sup>		
I. COMERCIO Y SERVICIOS AL PRODUCTOR	167 579	149 927	160 476	- 142 824	16.5	32.9
1. Servicios profesionales	27 262	64 873	109 552	- 147 163		
721 Servicios profesionales a empresas	27 262	64 873	109 552	- 147 163	1.8	-9.0
2. Comercio de bienes de capital e intermedios	159 115	85 055	44 056	30 003		
731 Comercio al mayoreo	193 035	29 367	- 41 138	204 806	12.5	12.5
732 Comercio de equipos e insumos industriales	- 33 920	55 688	96 245	- 185 853	-2.2	-11.4
II. COMERCIO Y SERVICIOS AL CONSUMIDOR	727 432	234 587	- 247 771	740 616	83.5	67.1
3. Comercio de bienes de consumo inmediato	- 2 985	70 660	6 291	- 79 936		
811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco	- 71 163	40 112	- 74 281	- 36 995	-4.6	-2.3
812 Supermercados	76 907	22 472	60 196	- 5 761	5.0	-0.4
813 Gasolineras y combustibles.	- 8 729	8 076	31 101	- 47 905	-0.6	-2.9
4. Servicios de consumo inmediato	143 209	42 629	- 82 169	182 749		
821 Preparación de alimentos y bebidas	- 56 843	23 924	- 83 223	2 456	-3.7	0.2
822 Servicios de aseo y limpieza personal	- 18 170	5 950	- 21 768	- 2 352	-1.2	-0.1
823 Recreación y esparcimiento	11 695	6 530	- 7 112	12 278	0.8	0.8
824 Difusión e información	417 709	3 980	- 120	413 849	27.1	25.3
825 Hoteles, moteles y posadas	27 229	2 246	- 603	25 586	1.8	1.6
5. Comercio de bienes de consumo duradero	436 379	93 052	- 91 781	435 108		
831 Bienes del hogar y personales	39 635	65 003	- 60 036	34 668	2.6	2.1
832 Tiendas de departamento.	- 16 375	6 500	- 20 782	- 2 092	-1.1	-0.1
833 Automotrices y autopartes	413 119	21 549	- 2 667	394 237	26.8	24.1
6. Servicios de consumo duradero	110 964	28 246	- 43 799	126 517		
841 Reparaciones	21 650	14 461	3 153	4 036	1.4	0.2
842 Educación y cultura privados	103 650	5 917	- 14 905	112 639	6.7	6.9
843 Salud y asistencia social privada	- 6 337	7 868	- 15 919	1 714	-0.4	0.1
Total (valores absolutos)	1 543 428	384 514	- 42 307	1 634 391	100.0	100.0
Total (suma algebraica)	1 120 354			778 147		
Subtotal CC+ <sup>d</sup>	1 290 902	180 844	- 222 570	1 206 269	83.6	78.2
Subtotal motrices estructurales <sup>e</sup> (721, 813, 821, 823, 824, 825, 831, 832, 833, 841, 842, 843)	973 666			804 303	63.1	49.2

a Los renglones en gris son los grupos con cc+, es decir, los grupos "motrices".

b La suma de los valores del cc se realizó considerando los valores absolutos. Esto dada la necesidad de calcular los porcentajes de participación de cada grupo, como se explica en la nota 2. Sin embargo, también se presenta la suma algebraica.

c Considerando la imposibilidad aritmética de calcular los porcentajes de los grupos cuando sus cantidades son positivas y negativas, así como un total negativo, se intentaron dos formas diferentes para determinar el peso de cada grupo en los cambios de los valores absolutos y del componente competitivo: i) considerar los positivos y negativos separadamente; y ii) sacar el porcentaje de cada grupo del total en forma independiente. Como en ninguno de los dos casos los porcentajes de los grupos eran comparables entre sí, se ideó obtenerlos con la suma de los grupos sin considerar el signo negativo (valores absolutos). Los subgrupos con porcentaje positivo son los "motrices", esto es, aquellos en los cuales la urbe se especializó durante el período y tienen un incremento del cc positivo. La suma de los porcentajes de esta columna y de la anterior son igualmente en términos absolutos. (Garza, 2004: Cuadro A-7)

d La columna de CA (%) se refiere a la participación de los grupos "motrices" en el CA total (13 512/39 047); la columna CC (%) se refiere al subtotal del cc de dichos grupos entre el CA total (3 981/39 047).

e Incluye los grupos que fueron motrices en dos ó tres de los tres períodos considerados.

Fuente: Cálculos elaborados con la información de los cuadros A1 y A28.