



CENTRO DE ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS, URBANOS Y AMBIENTALES

**EL SECTOR SERVICIOS EN
JALISCO, MÉXICO, 1980-2003**

TESIS PRESENTADA POR:

ADRIANA AIDEÉ RUIZ FRÍAS

PARA OPTAR POR EL GRADO DE

MAESTRA EN ESTUDIOS URBANOS
PROMOCIÓN 2005-2007

DIRECTOR DE TESIS
GUSTAVO GARZA VILLARREAL

LECTOR
LUIS JAIME SOBRINO FIGUEROA

MÉXICO, D.F.
14 DE DICIEMBRE DE 2007

**A mis padres, hermana, y amigos
por su cariño y apoyo
para alcanzar mis metas**

**A mis profesores por su apoyo y orientación
y por hacerme participe de este proyecto de investigación**

ÍNDICE

| | Página |
|---|---------------|
| Introducción | 1 |
| I. La Revolución Terciaria | 3 |
| II. El sector servicios en México | 11 |
| III. El sector servicios en Jalisco | 14 |
| IV. Distribución espacial de las actividades terciarias en Jalisco, 1980-2003 | 17 |
| 1. Metodología | 17 |
| 2.- Jalisco | 19 |
| a. Participación en el contexto nacional. | 19 |
| b. Estructura terciaria | 23 |
| c. Dinámica terciaria | 28 |
| 3. Concentración del sector servicios en la Zona Metropolitana de Guadalajara | 29 |
| a. Participación en el total estatal | 30 |
| b. Estructura terciaria | 34 |
| c. Dinámica terciaria | 39 |
| 4. Vocación turística del sector servicios en la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta | 40 |
| a. Participación en el total estatal | 40 |
| b. Estructura terciaria | 44 |
| c. Dinámica terciaria | 48 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Cambio estructural de los servicios en la Zona Metropolitana de Ocotlán | 50 |
| a. Participación en el total estatal | 50 |
| b. Estructura terciaria | 53 |
| c. Dinámica terciaria | 58 |
| | |
| 6. Especialización de servicios al productor en Tepatitlán de Morelos. | 59 |
| a. Participación en el total estatal | 59 |
| b. Estructura terciaria | 63 |
| c. Dinámica terciaria | 67 |
| | |
| 7. Primacía de las actividades terciarias orientadas al consumidor en Lagos de Moreno | 68 |
| a. Participación en el total estatal | 69 |
| b. Estructura terciaria | 72 |
| c. Dinámica terciaria | 77 |
| | |
| 8. Declinación del sector servicios en Ciudad Guzmán | 78 |
| a. Participación en el total estatal | 78 |
| b. Estructura terciaria | 81 |
| c. Dinámica terciaria | 86 |
| | |
| Conclusiones | 87 |
| | |
| Bibliografía | 92 |
| | |
| Apéndice Estadístico | 96 |

Introducción

En esta tesis se analiza el sector servicios en Jalisco de 1980 a 2003, con el fin de agregar la situación jalisciense, en un esfuerzo de investigación más amplio donde se estudia la evolución del sector terciario en doce entidades de la República Mexicana.¹

El objetivo del trabajo, más específicamente, es estudiar la estructura, dinámica y distribución espacial del sector servicios según las zonas metropolitanas y las principales ciudades de Jalisco. Para ello, el estudio se divide en tres periodos: 1980-1988 (década perdida); 1988-1993 (recuperación relativa) y 1993-2003 (recuperación - recesión).

La hipótesis central es que existe un aumento en la importancia de Jalisco a nivel nacional, además de una participación creciente del sector servicios en la estructura de la producción, pero que presenta una tendencia diferenciada entre sus zonas metropolitanas y ciudades, debido a la lógica de concentración de los servicios en las grandes aglomeraciones urbanas, especialmente los servicios al productor.

La importancia del estudio del sector terciario radica en ser el principal de la economía nacional y, por ende, crucial para el desarrollo económico de México. El conocimiento del terciario es limitado y marginal (Ibarra, 1995), por lo que profundizar en su estudio es de suma importancia para comprender los procesos que determinan la dinámica y estructuración de las ciudades en general. Asimismo, se considera que “las perspectivas convencionales tienden a desarrollar teorías del rol de los servicios en el espacio económico, frecuentemente en términos de un aspecto distintivo de la nueva economía, en lugar de analizar la localización de los servicios como parte de un cambio estructural más amplio” (Marshall y Wood, 1995:68). En este aspecto fundamental se ubica este trabajo, siguiendo la metodología de comparabilidad de la información censal desarrollada por Gustavo Garza y Luis Jaime Sobrino en sus estudios sobre la organización espacial del sector servicios en la Ciudad de México².

En el primer inciso se hace una recapitulación histórica del proceso internacional de la terciarización, haciendo referencia a la gestación de este cambio económico. Posteriormente se adentra en las definiciones del sector terciario y se indagan los

¹ Los resultados de este esfuerzo se presentaron en el seminario *Evolución del sector servicios en ciudades y regiones de México*, coordinado por Gustavo Garza y Luis Jaime Sobrino, que se realizó el 5-6 de Julio de 2007 en El Colegio de México.

² Algunos primeros resultados de este esfuerzo se encuentran en Garza (2004 y 2006).

factores que determinan su crecimiento, así como los determinantes de su concentración y localización.

En el segundo apartado nos acercamos al proceso de terciarización³ en la economía mexicana, relacionándolo con los cambios económicos sufridos en el país, realizando una distinción con respecto a los tres periodos ya mencionados que se utilizarán en el análisis.

En el tercer inciso se presentan las características urbanas de Jalisco y las condiciones locacionales, económicas y políticas que han propiciado el desarrollo del sector terciario. Asimismo, se destaca la importancia que ha tomado la ciudad de Guadalajara como motor principal del crecimiento económico y urbano dentro del estado.

En el cuarto inciso se desarrollan las características del sector terciario al interior de Jalisco, en sus tres zonas metropolitanas como en sus principales ciudades, a partir del análisis de su participación, estructura y dinámica entre 1980 y 2003, de acuerdo a las tres variables analizadas: establecimientos, población ocupada y valor agregado. Sin embargo una de las limitaciones principales en este estudio, es que no se incorporan los servicios públicos, financieros y de transporte.

Agradezco el apoyo, dedicación y seguimiento a esta investigación que los profesores Gustavo Garza Villarreal y Jaime Sobrino Figueroa me han brindado, debido a que su retroalimentación ha sido muy valiosa para la culminación del trabajo. Ello me ha permitido, mejorar y enriquecer el estudio de las cuestiones urbanas, y mi formación profesional, haciendo posible superar en parte mi falta de experiencia en el ámbito de la investigación.

³ Terciarización: Se utiliza el término para identificar el proceso en el cual el sector terciario eleva su importancia en la estructura económica.

I. La Revolución Terciaria

A mediados del siglo XX surgen cambios económicos estructurales en los países desarrollados y los servicios se convierten en el sector principal de la nueva economía, modificando las relaciones de producción y la estructura de la ocupación, proceso que se ha denominado Revolución Terciaria. Se presenta por primera vez en los Estados Unidos, “en 1950 [cuando la fuerza de trabajo] alcanza más de 50% en el sector servicios” (Garza, 2006:43). Entre 1960 y 1985 la fuerza de trabajo terciaria a nivel mundial, se incrementó de 46.5% a 63.6% en los países del primer mundo (Daniels, 1993). Mientras que los países en vías de desarrollo, como es el caso de Latinoamérica, aún cuando el producto terciario también es predominante, observa en la conformación de su estructura un comportamiento gradual, dado que el terciario en 1990 exhibe un porcentaje menor a diferencia de los países en el primer mundo (cuadro 1).

El cambio en la orientación de las actividades económicas, confirmado en la estructura del producto en términos de valor, indica una desindustrialización⁴ y una descampesinización a favor del avance del sector servicios, sin embargo este proceso es característico de los países en desarrollo y se presenta en menor grado en los del tercer mundo (cuadro 1). La estructura porcentual del producto interno bruto primario y secundario de los países del primer mundo, es substancialmente menor, a diferencia de los países Latinoamericanos (cuadro 1). A ello se le debe de complementar lo que menciona Arthur Tradway, quien afirma que el crecimiento de algunos servicios puede ser el “resultado de funciones que anteriormente eran absorbidas durante los procesos de manufactura” (Fuchs, 1969:3).

Collin Clark sustenta que el crecimiento del empleo en el sector servicios es más acelerado que en cualquier otro sector, y esto se debe a que existe una transferencia de empleo del sector primario y secundario al terciario, que se relaciona con la teoría de la demanda final del consumidor, altamente visible en la estructura del empleo, dado que en los países de la OCDE, “entre 1970 y 1990 la ocupación primaria decayó en 12.4 millones, en el secundario creció apenas 1.7 millones, mientras que en el terciario aumentó 89.4 millones” (Marshall y Wood, 1995:9).

⁴ Este proceso ocurrió alrededor de los cincuentas, en las principal economía del mundo: Estados Unidos, a diferencia de países como Francia, en donde el aumento del sector secundario no declinó (Ibarra, 1995:58).

Cuadro 1
Estructura porcentual del PIB de cinco países industrializados
y cinco países de América Latina, 1965-1990

| | Sector Económico | | | | | | | | |
|----------------------|------------------|------|------|------------|------|------|-----------|------|------|
| | Primario | | | Secundario | | | Terciario | | |
| | 1965 | 1987 | 1990 | 1965 | 1987 | 1990 | 1965 | 1987 | 1990 |
| Países desarrollados | | | | | | | | | |
| E.U.A. | 3 | 2 | 2 | 38 | 30 | 29 | 59 | 68 | 70 |
| Francia | 8 | 3 | 4 | 38 | 31 | 29 | 54 | 66 | 67 |
| Reino Unido | 3 | 2 | 2 | 46 | 28 | 37 | 51 | 60 | 62 |
| América Latina | | | | | | | | | |
| Argentina | 17 | 13 | 13 | 42 | 43 | 41 | 42 | 44 | 45 |
| Brasil | 19 | 11 | 10 | 33 | 38 | 39 | 48 | 51 | 51 |
| México | 14 | 9 | 8 | 27 | 34 | 31 | 59 | 57 | 61 |

Fuente: Banco Mundial, Informe sobre desarrollo mundial 1989, 1991 y 1992, op cit.
 (tomado de Ibarra, 1995: 65)

Esta transformación económica provoca un desplazamiento de las actividades antes predominantes (industriales y agricultura) de las ciudades principales hacia las ciudades de menor importancia. Se convierten los centros altamente productores en sedes de dicha revolución, modificando la fisonomía de las ciudades, al volverse focos financieros, de investigación y dirección de las actividades productivas, según Sassen (2000). Este proceso es dirigido por los países del primer mundo (Estados Unidos, Inglaterra y Japón), en donde surgen las primeras ciudades mundiales: Nueva York, Londres y Tokio.

La hegemonía del sector servicios como lo menciona Stanback, ha sido impulsada por el desarrollo de la industria del conocimiento (informática, microelectrónica y de las telecomunicaciones), el incremento de los empleados profesionalizados, los cambios en la localización del trabajo, y la nueva forma en que los negocios están organizados. Por ejemplo, las firmas adquieren los servicios dentro o fuera de su organización, a través de procesos flexibles que aumentan la subcontratación de los servicios. Lo que ha convertido al sector servicios en un exportador de tecnología hacia los demás sectores, ubicándolo como un soporte de las actividades generadas de la producción manufacturera. Servicios como seguros, bancos, telecomunicaciones y transporte, proveen de los recursos necesarios al aparato productivo, dotándolo de una mayor flexibilidad en sus procesos de producción (Delauney y Gadrey, 1992: IX).

Por su parte los consumidores han modificado sus patrones de consumo, debido a una mejora en su calidad de vida y mayores ingresos, lo que se refleja en un aumento de la demanda de los servicios: como los de salud, educación, comercio y recreación. Tal como se ha visto en países como el Reino Unido, en donde gran parte del empleo terciario está destinado a satisfacer las necesidades del consumidor (Marshall, 1995:9).

La Revolución Terciaria sigue tomando fuerza dado que ella misma impulsa su propio desarrollo, por medio de la concentración de tecnología y mano de obra calificada. Además de que los servicios al productor al ser generadores de tecnología o de nuevos procesos son un factor competitivo.

Para adentrarnos en la Revolución Terciaria, es importante conocer el origen del sector servicios, así como su clasificación y actividades principales, que están intrínsecamente relacionadas con la evolución de la doctrina económica.

En las civilizaciones antiguas como la griega y la romana, los principales pensadores tenían presente las características del sistema económico, dentro del cual se analiza la división del trabajo, se destaca la necesidad de las actividades intelectuales, propias del sector terciario, como actividades fundamentales para controlar la producción. Posteriormente en la época feudal, las actividades intelectuales siguen encabezando el sector dominante, para el desarrollo de la acumulación del capital dentro de las ciudades. Subsiguientemente con el desarrollo de la clase burguesa se promueve el desarrollo de otras tipologías de actividades terciarias como las relacionadas con la abogacía o la medicina. En el siglo XVI, la teoría mercantilista establece que el comercio es la fuente principal de riqueza “Las actividades comerciales, una de las dos grandes columnas que constituyen al moderno sector terciario, fueron, en los dos siglos que antecedieron a la Revolución Industrial, el motor de la acumulación del capital” (Garza, 2006:49). Sólo hasta Pierre Lepesant se le atribuye valor a las actividades propias del terciario, cuando establece que todas las actividades de trabajo crean valor. Esto implica que los servicios no son diferentes de otras actividades productivas como la producción primaria o industrial. Posteriormente con Quesnay y Smith, se logra la diferenciación entre las actividades orientadas al consumidor y las del productor, identificándose en las últimas un rango de productividad, basado en la acumulación de capital, en donde no sólo se distinguen los flujos de gasto y ganancia, sino la plusvalía en los procesos de intercambio (Delauney y Gadrey, 1992:11). Con lo cual se hace visible que las actividades terciarias pueden ser aquellas que provean de plusvalía dentro de la cadena de valor, aún cuando no produzcan bienes tangibles.

A pesar de ello el sector terciario para esta época sigue permaneciendo como una actividad improductiva debido a la influencia del pensamiento clásico de Adam Smith, por lo que no se tomaba en cuenta dentro de la lógica del mercado.

Adicionalmente con Karl Marx, el sector servicios es incorporado como un generador de valor, se considera productivo el intercambio de capital o dinero dentro de la actividad terciaria. Sin embargo plantea que solamente algunos servicios crean valor (como los de transporte y mantenimiento), y excluye el comercio. Creando una contradicción, dado que si dentro de esta “actividad se contratan trabajadores, [...] se utiliza dinero como capital y es productivo” (Garza, 2006:53).

Sólo hasta los inicios del siglo XX, se le otorga importancia a todas las actividades productivas en las cadenas de producción de valor, con los primeros estudios realizados por “Allan Fisher, Colin Clark y Jean Fourastié. Ellos fueron los primeros en prestar atención al desarrollo del sector servicios en 1930” (Fuchs, 1969:1) y quienes aportaron la división actual de las actividades productivas que corresponden a los tres sectores principales: primario (agricultura, ganadería y pesca), secundario (manufacturas, minería, electricidad y construcción) y terciario (comercio, transportes y comunicaciones, finanzas, seguros, bienes raíces, gobierno y servicios profesionales).

En 1960 se analiza el impacto de los servicios en la estructura económica, y se inicia el debate entre ideas que se basan en la sociedad postindustrial planteada por Daniel Bell y pensamientos económicos arraigados en las concepciones de Kenneth Galbraith con respecto a la conformación de un estado post-industrial. La mayoría de los estudios actuales sobre el sector servicios siguen la línea de Bell, dado que las ideas fundadas en un estado post-industrial implicarían que las actividades económicas estuvieran supeditadas a los servicios sin las restricciones físicas y materiales con las que cuenta el sector secundario, lo cual no corresponde a la era postindustrial. (Delauney y Gadrey, 1992).

Frente a esta discusión de la perspectiva post-industrial es importante rescatar los avances que se hicieron con respecto a la definición del sector servicios, que iniciaron con la división realizada por Fisher en 1935, quien realizó una diferenciación con base en los cambios históricos del proceso de desarrollo, en donde el empleo es el que cambia su énfasis en las diversas etapas de desarrollo. Posteriormente, Collin Clark en 1940 propone su división respecto a la teoría del crecimiento económico, enfocándose en el ingreso nacional, en la estructura del consumo final y la productividad. Otra propuesta fue realizada por Jean Fourastié en 1949, quien clasifica

un mayor número de ramas de actividad, y argumenta que el crecimiento del sector terciario radica en el aumento de la demanda de servicios colectivos e intelectuales, en donde el crecimiento de este sector es señal de progreso técnico. Subsiguientemente, Peter Daniels realiza una subdivisión del sector servicios con respecto a cuatro categorías:

- Servicios al productor: los cuales abastecen a las empresas, hacen uso de la mano de obra, tecnología y administración local. Se ubican en los centros metropolitanos principalmente.
- Servicios al consumidor: abastecen al mercado, y se ubican cerca de él.
- Servicios personales
- Servicios sociales

La diversidad del sector servicios debido a su forma de producción o de consumo hace que sea susceptible de diferentes enfoques, por lo que en este estudio se sigue la definición que hace Garza (2006) sobre el sector servicios, debido a que toma en cuenta los elementos principales en la actual conformación económica. Esta definición es la siguiente:

Los servicios son todas las actividades de trabajo social- empresas e individuos- caracterizadas por: i) producir efectos útiles demandados por consumidores y productores; ii) tener como uno de sus componentes esenciales el conocimiento y/o la destreza de quienes lo proporcionan; iii) realizarse con éste elemento básico incorpóreo, aunque sean indispensables bienes agrícolas o industriales para concretarlo, lo que le confiere una dimensión material que puede o no manifestarse en ellos o para quien los adquiere; iv) una forma de apropiación socialmente determinada según la cual pueden ser gratuitos si los proporciona el Estado u organizaciones sin fines de lucro, o adquirirse en empresas o personas por un precio determinado; v) poder ser de consumo inmediato o duradero pero, a diferencia de los bienes, la relación comprador-vendedor tiende a mantenerse durante todo el tiempo de su vigencia o usufructo (Garza, 2006:8).

Según esta definición, el sector servicios no es una extensión de los demás sectores, sino una modificación en las formas de organización social y de las relaciones productivas, las cuales adoptan un comportamiento diferenciado, como lo es en algunos servicios, ya que las relaciones de intercambio pueden permanecer en el tiempo como sucede en los seguros, mientras se usufructúa el servicio. Lo anterior se corrobora con lo comentado por Nicolaidis, el cual menciona que “lo que hace a un servicio no depende de ninguna ley natural inmutable, ni de las características del producto o la realización del servicio. Ello depende de cómo los agentes económicos hacen la transacción y de cuál aspecto de la actividad económica es examinado” (Garza, 2006:8). Es decir, que un servicio depende de las transacciones y de las relaciones sociales existentes en su proceso de producción, distribución y consumo.

Dentro del sector servicios, la distinción mas común que se ha realizado es la diferenciación entre los servicios al consumidor y los servicios al productor. Los servicios al productor abastecen directamente a los productores, y tienen como actividades principales: los servicios profesionales a empresas, el comercio al mayoreo y el comercio de equipos industriales, entre otras actividades. Predominando los medianos y grandes establecimientos. Los servicios al consumidor llevan a cabo las actividades de comercio y servicios, ya sea para el consumo inmediato o duradero, labor que se enfoca al comercio de alimentos y bebidas, a los supermercados, a la preparación de alimentos, servicios de limpieza, automotriz, hoteles, restaurantes, educación, cultura y salud. Sin embargo, en dicha clasificación existen complicaciones para su estudio como lo es el caso de los servicios financieros quienes se dirigen tanto al consumidor como al productor, siendo que diversos autores los identifican como un sector cuaternario. De acuerdo a lo anterior es importante destacar que el estudio se realizó únicamente con base al principio de clasificación con respecto a los servicios al consumidor y al productor, por lo que se excluyen los servicios financieros.

La concentración espacial de las actividades terciarias es el patrón dominante de la nueva economía, en donde los factores predominantes para su ubicación se rigen por las economías de localización y aglomeración, especialización económica, así como por ventajas competitivas, aunque los avances tecnológicos actuales juegan un papel importante en la flexibilidad de su ubicación. Las zonas metropolitanas y las grandes ciudades se convierten en los polos de atracción, convirtiéndose en concentradoras de

servicios, debido a que en ellas se crean las condiciones generales de la producción⁵ que permiten la acumulación de capital y de empleo, es decir, los medios de trabajo socializado y los medios colectivos de consumo que proveen a la ciudad de la base para su desarrollo económico y para que el proceso del trabajo se lleve a cabo. Esta idea se origina en la Teoría industrialista, en donde no sólo tiene importancia la distribución de los recursos naturales y el asentamiento de la población, sino que se rige por el comportamiento del productor, el cual elige ubicarse en donde se maximicen sus ganancias, por ejemplo en el mercado o en la fuente de recursos, en función de los costos de (producción, y distribución) y de sus posibles ganancias (Ibarra, 1995:48).

Según Daniels, “dada la naturaleza heterogénea de los servicios los patrones de asentamiento son distintos, [...] en donde algunos servicios se encuentran ligados en mayor medida a los centros productivos, mientras que otros a los mercados” (Marshall y Wood, 1995: 22). Determinados servicios al productor, tal es el caso de los servicios de consultoría o de investigación, tienden a concentrarse cerca de los mercados metropolitanos, para alcanzar economías de escala, así como acceder a beneficios como la infraestructura en telecomunicaciones y a trabajadores altamente calificados. Así como los servicios al consumidor, que al tener la función de abastecer el mercado tienden a ubicarse cerca de él. Sin embargo algunos servicios no tienen como únicas determinantes las economías de localización, como los servicios de reparación doméstica o los bienes raíces, que no necesitan mano de obra especializada o acceso a nuevas tecnologías (Ibarra, 1995:53). Aún así existen excepciones a la regla, por ejemplo en los últimos años se han desarrollado centros estratégicos al productor en algunas ciudades pequeñas, como el Sunbelt estadounidense.

Otro supuesto como La Teoría del Lugar Central⁶, aporta rasgos característicos del asentamiento de los servicios, aunque se puede aplicar en mayor medida a los

⁵ 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 socializado y medios de consumo colectivos que construye la sociedad. Las condiciones generales de la producción están constituidas por los medios de producción y los trabajadores. Los medios de producción se dividen a su vez, en medios de trabajo (capital constante fijo) y objetos de trabajo (capital constante circulante) y, finalmente los medios de trabajo están conformados por los instrumentos de trabajo (herramientas, maquinaria, equipo) y las condiciones generales de la producción tales como la infraestructura eléctrica, hidráulica o las vías de comunicación (Garza, 1985: 204-209).

⁶ La Teoría del Lugar Central plantea que el ordenamiento de las ciudades en el territorio, se presenta jerárquicamente. Las ciudades más grandes y diversificadas ofrecen un mayor número de bienes y servicios simples o especializados, mientras que las de menor tamaño presentan una oferta menos compleja. Así la diferencia de la oferta agregada de cada asentamiento le otorga una jerarquía a cada ciudad, según la función que cada una tiene en el espacio económico (Ibarra, 1995: 52).

dirigidos al consumidor, dado que ellos no tienden a distinguir entre la especialización de las localizaciones, mientras que los servicios al productor si lo hacen, lo que añade un factor extra a la elección de ubicación (Ibarra, 1995: 52).

En este sentido Ian Begg (1993), menciona que los patrones de localización de los servicios, en especial los dirigidos al productor, no sólo siguen los modelos derivados de la demanda, que se ejemplifican comúnmente con la teoría del lugar central de Christaller o en modelos gravitacionales de la oferta. Para éste autor los servicios incorporan en su lógica las ventajas competitivas de los territorios con la finalidad de mejorar su eficiencia. Sin embargo, Begg argumenta que al igual que existen fuerzas centrípetas que provocan la concentración de los servicios (que aprovechan las economías de aglomeración), también existen fuerzas centrífugas que permiten que los servicios se descentralicen, por ejemplo con el uso de las telecomunicaciones, las empresas pueden mantener parte de su organización en la ciudad principal y otras sedes en ciudades mas pequeñas tanto para abaratar costos, como para satisfacer otros mercados.

Por su parte los servicios dirigidos al consumidor tienden a localizarse cerca de los asentamientos urbanos, manteniendo una relación directa, entre la demanda y la oferta, condicionados por la accesibilidad al mercado, el tamaño y densidad de la población, así como a las preferencias de los consumidores.

II. El sector servicios en México

La economía mexicana está basada desde los setentas en el sector terciario contemplando 53.6% de la estructura productiva. El sector servicios en México, crece hasta los ochentas a la par que el sector manufacturero, en donde la fuerza laboral terciaria aumenta al igual que el producto interno bruto. Este desarrollo corresponde a la última fase del modelo económico que sustentaba el país basado en la sustitución de importaciones. A partir de 1980 el sector servicios modifica su comportamiento con las reformas estructurales que presenta el país, que ocurren a partir de la incorporación de nuevas estrategias económicas basadas en la apertura económica. El sector terciario progresa con mayor rapidez que el primario y el secundario (Ortiz, 2006:82-83). La actividad económica se reestructura alrededor de firmas líderes con una alta participación en las exportaciones y el producto interno bruto. Las empresas transnacionales y los grandes grupos financieros son los beneficiarios de la política neoliberal, numerosos empresarios se transforman de industriales a comerciantes de mercancías importadas y se opera una gran concentración y centralización del capital.

Durante 1990 el producto interno bruto terciario alcanza 64%, mientras que la población económicamente activa terciaria supera 50% de la fuerza laboral mexicana. En 2000 este sector aportó 65.5% del PIB, ocupando 56% del empleo, y para 2003 constituye 67.6% y 58% respectivamente.

Entre 1980 y 1988 la estructura productiva del sector servicios se componía principalmente por el comercio y servicios al consumidor contemplando de 57.7% a 59.3%. El periodo de crisis derivado de la obsolescencia del modelo de sustitución de importaciones, redujo la inversión en el país, la generación de empleos, el detrimento del salario mínimo y la pérdida de empleos formales. Por lo que en la década perdida (1980-1988) el comercio y servicios al productor retrocede de 42.3% a 40.7% (cuadro A-9), mientras que el mayor dinamismo de 6.5% lo registra el comercio de bienes de consumo inmediato dentro del comercio y servicios al consumidor, propiciado por la disminución del poder adquisitivo y por la propensión marginal al consumo. Es de resaltar que las categorías principales del sector servicios en este periodo son productivas, en el caso del comercio de bienes de capital e intermedios su PIB se incrementa de 26.1% a 26.8%, mientras que su empleo se modifica de 11.9% a 11.2%. Por su parte el producto del comercio de bienes de consumo inmediato se amplía de 13.1% a 17.9% y su personal ocupado de 25.8% a 21.9%, lo que implica que el empleo

informal derivado de la caída del salario real se redirige a las actividades menos productivas de este lapso.

En el periodo de recuperación relativa (1988-1993) el aparato productivo se recupera gracias a las políticas neoliberales impulsadas en el territorio, lo que permitió el crecimiento de la inversión privada, la reasignación de los recursos en toda la economía, que se tradujo a bienes y servicios de mejor calidad para los consumidores nacionales, así como el fortalecimiento de la capacidad competitiva (De la Garza y Salas, 2006). En 1993 se observa el cambio en la estructura productiva nacional, cuando los servicios al productor aumentan su participación a 49.7%, mientras que los del consumidor se reducen a 50.3% (cuadro A-9), debido a los ajustes estructurales que percibe la economía nacional. En este año las actividades que destacan en el comercio y servicios al productor son los servicios profesionales, cuyo PIB conforma 23.4% de la estructura, y en el comercio y servicios al consumidor destaca el comercio de bienes de consumo duradero que abarca 17.7% (cuadro A-9). Entre 1988 y 1993 la importancia de las actividades dirigidas al productor se vio reflejada en el dinamismo de su empleo con una tasa de 11.2%, a diferencia del comercio y servicios al consumidor con una tasa de 8.5%.

En 2003 las actividades dirigidas al productor conforman 52.1%, mientras que las del consumidor 47.8 % (cuadro A-9). Si bien en este lapso de recuperación-recesión (1993-2003) la economía mexicana ya se encuentra inmersa en el camino neoliberal, con su inserción a la economía internacional, el crecimiento del comercio y servicios al productor aumenta con una tasa de 3.6% en el último periodo debido a que en 2001 México entra en recesión y el PIB decreció -0.4% (Garza, 2003:92), a diferencia del periodo anterior que mantiene una tasa de 8.5%. El buen desempeño de México hasta 2001 con respecto a la apertura económica esta vinculado con el crecimiento económico de los Estados Unidos, que crecía a una tasa anual de 3% hasta 2000. En 2003 los servicios profesionales siguen siendo predominantes con 29.4% de la estructura terciaria, al igual que el comercio de bienes de consumo duradero con 16.4% (cuadro A-9).

El sector servicios tiene una alta participación en la economía nacional, estando concentrado en las principales ciudades. En 2004 la actividad económica de México se concentra en las grandes metrópolis, en donde 52.2% del producto interno bruto terciario se concentra solamente en 5 entidades: Distrito Federal (25%), Estado de México (8.9%), Nuevo León (7.5%), Jalisco (6.2%), Chihuahua (4.3%) (INEGI, 2004).

Sin embargo en el sistema urbano se observa cierta desconcentración del sector servicios, tal es el caso de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, la cual comprende 45% del PIB terciario en 1980 y 35% para 2003 (Garza, 2006: 47). Asimismo según datos del INEGI, en México existen 37 zonas metropolitanas especializadas en el sector servicios que representan 67% de las zonas metropolitanas del país, mientras que 26% de ellas ha incrementado su participación en dicho sector entre 1990 y 2005. Por su parte el empleo terciario en 2003, se concentra principalmente en la capital del país con 31% y, en segundo lugar, en la región occidente con 11%, área donde se ubica Jalisco.

III. El sector servicios en Jalisco

Jalisco cuenta con 6.4% de la población mexicana en 2000, comprende 6.3 millones de habitantes y es predominantemente urbano pues en este año, 71.4% de su población se concentra en 39 ciudades, mientras que 28.6% se localiza en 11,220 localidades con una población menor a los 15,000 habitantes. Esto contrasta con la distribución de población que se tenía hace un siglo en el estado, donde 77% de los habitantes vivían en zonas rurales.

El dinamismo del sector terciario en Jalisco, contribuyó a la transformación de su estructura económica, para 2004 la conformación del producto interno bruto es similar al nacional. En México el sector primario conforma 3.8%, el secundario 26.3% y el terciario 69.9%. Por su parte Jalisco abarca 5.9%, 25.3% y 68.8% respectivamente. Contando con una tasa media de crecimiento anual entre 1993 y 2004 en el primario de 2.9%, en el secundario de 1.9% y en el terciario de 2.5%. En 2006 de acuerdo a la PEA, 9.8% del empleo se encuentra en el primario, 29.1% está en el secundario y 60.7% en el sector terciario.

Jalisco por su dinámica económica y social, se define como un territorio fundamental para el desarrollo nacional, su localización le permite una estrecha relación económica con el Bajío, con el centro-norte del país, así como con la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Destaca la alta participación del sector terciario en su estructura productiva desde 1965, su potencial agropecuario y su infraestructura comercial y turística, ubicada preponderantemente en las zonas metropolitanas de Guadalajara y Puerto Vallarta.

Las características de su organización social y productiva (productores con amplia experiencia dentro del mercado regional, sustentado en capital de bajo riesgo), el amplio número de unidades empresariales, sus recursos y el nivel de capacitación de su población le permiten a Jalisco tener las bases para enfrentar las crisis económicas (SHCP, 1985). En el periodo de 1980 a 1988 Jalisco no experimentó la recesión de la misma forma que el resto del país, como los estados del sur que permanecieron económicamente estancados. Este periodo de lento crecimiento fue un reflejo de la diferenciación de riqueza entre los estados a partir de las crisis económicas que incidieron en el territorio nacional. Afectó mucho más a los estados con menor vinculación comercial hacia el exterior y con mercados internos más frágiles. Jalisco

sobresale dado su fuerte comercio con el capital externo y regional, por lo que su dinamismo si bien fue reducido no fue fuertemente golpeado por las crisis económicas.

Durante 1980-1988, el estado transita por una importante reestructuración sectorial a consecuencia de la fuerte caída en los sectores agropecuario, minero, de construcción y en los servicios financieros. En contraposición de las actividades manufactureras, comerciales, de restaurantería y hotelería, que tienden a aumentar su participación en el producto interno bruto, comportamiento explicado por el desplome de los precios del petróleo.

Se debe observar que después de la primera fase del proceso de apertura comercial, y al comenzar a recuperarse la economía, la dinámica de crecimiento regional reprodujo un patrón diferenciado, en donde Jalisco creció a un ritmo ligeramente menor que en el periodo anterior.

El lapso comprendido entre 1988 y 1998, la región Occidente perdió importancia nacional en la participación del producto interno bruto, los sectores productivos: agropecuario, minería y manufacturas y las actividades de comercio, restaurantes y hoteles pierden importancia frente a los sectores de infraestructura y los otros sectores de servicios que mantienen cierto dinamismo.

La principal característica de la dinámica del producto interno bruto en México en este lapso es el pronunciado proceso de terciarización de las actividades económicas. En Jalisco las actividades comerciales han manifestado gran importancia, principalmente por la función que con respecto al occidente del país ha desempeñado la zona metropolitana de Guadalajara, una de las ocho ciudades que concentraban 53% de la población urbana en 1970 y que formaría para ese año, una de las principales zonas metropolitanas del país al contar con más de 1 millón y medio de habitantes. Resaltando el patrón policéntrico del territorio nacional que tiene origen desde los inicios del siglo XX (Garza, 1976).

Ésta ciudad se conformó como un centro administrativo y comercial, y nodo articulador de la región occidente del país. Su desarrollo económico estuvo enfocado en su mercado interno y regional para la producción de bienes manufacturados y servicios. La consolidación de Guadalajara como centro económico ocurre en 1930, debido al impulso de la planta productiva de pequeñas microempresas familiares en su mayoría, especializadas en textiles, calzado y artesanías, aspecto que fue acompañado por las labores de promoción y mejoramiento de la infraestructura alrededor de los cuarentas (González, 2003). Durante la etapa del modelo de sustitución de importaciones, se

dedicó a la producción de bienes manufacturados y a los servicios distributivos, siguiendo con una alta tradición en la producción de bienes de consumo final. Pero a raíz de los cambios legales y económicos dentro del país, con el cambio del modelo de sustitución de importaciones y con la Ley de Fomento Industrial (1959), se moderniza la industria. Asimismo con las políticas competitivas⁷ impulsadas en el territorio de Jalisco y en especial en la ciudad de Guadalajara, se fomentó la inversión en el ramo eléctrico-electrónico que fue el detonador del desarrollo de bienes intermedios y de capital, los cuales son un reflejo del incremento de los servicios productivos. Se asientan en el territorio empresas de mayor dimensión e importancia, tanto nacional como internacional, con industrias enfocadas principalmente en el sector de la microelectrónica, abriendo paso al estado en su importancia para su participación en la revolución terciaria. Modificando la función de la zona metropolitana en el ámbito internacional, con capacidades comerciales y productivas vinculadas al exterior y a nivel local ligadas a la industria de bienes básicos.

Es entonces que el sector servicios toma fuerza en la región, aún cuando factores externos, como la desaceleración económica de los Estados Unidos, han propiciado que gran parte de la inversión haya salido de la ciudad (Rodríguez y Cota, 2001).

⁷ En general se hace la referencia de que la principal estrategia del estado, se enfocó en la promoción y dotación de infraestructura. La cual propició que en un principio se abrieran camino los llamados "clusters" de la industria electrónica, los cuales tuvieron gran apoyo de empresas trasnacionales tales como Hewlett-Packard, y Lucent Technologies, alrededor de 1975. A la par de esta situación, se comenzó la adición a firmas ya existentes en el territorio como Kodak, Industrias Mexicanas Burroughs y Semiconductores Motorola

IV. Distribución espacial de las actividades terciarias en Jalisco, 1980-2003.

En este apartado se analiza la participación, estructura y dinámica del sector servicios en Jalisco a partir del estudio de sus zonas metropolitanas y principales ciudades. Se trata de determinar en que medida y en que grupos los servicios elevan su participación en el número de establecimientos, en la población ocupada y en el producto interno bruto.

Agregando una pieza en el complejo rompecabezas para armar una visión comprehensiva de la distribución del sector terciario en el territorio nacional, determinando la situación de Jalisco en el proceso de terciarización de la economía mexicana. A continuación se presenta la metodología que se siguió para alcanzar este objetivo.

1. Metodología

El estudio de la actividad económica terciaria en Jalisco entre 1980 y 2003, emplea los datos nacionales y municipales de los censos comerciales y de servicios VIII, X, XI y XII según tres categorías censales: producto interno bruto, personal ocupado promedio y número de establecimientos. Esta información se examina según dos sectores principales, subdivididos en los siguientes seis subgrupos y diecisiete ramas de actividad:

I.- Comercio y servicios al productor:

1.-Servicios profesionales

Servicios profesionales a empresas

2.-Comercio de bienes de capital e intermedios

Comercio al mayoreo

Comercio de equipo e insumos industriales

II.- Comercio y servicios al consumidor:

3.-Comercio de bienes de consumo inmediato

Comercio de alimentos, bebidas y tabaco

Supermercados

Gasolina, gas y otros combustibles

4.-Servicios de consumo inmediato:

Preparación de alimentos y bebidas

Aseo, limpieza, funerarias

Recreación y esparcimiento

Difusión e información

Hoteles, moteles y posadas.

5.-Comercio de bienes de consumo duradero

Bienes para el hogar y personales

Tiendas de departamentos

Automotrices y auto partes

6.-Servicios de consumo duradero

Reparaciones

Educación y cultura

Salud y asistencia social

De acuerdo a la metodología establecida por Gustavo Garza y Jaime Sobrino, la información de los subgrupos de los censos se hicieron comparables, para los años del periodo analizado, además de que se ajustaron con Cuentas Nacionales con el fin de hacer viable su análisis diacrónico, pues los datos censales no están diseñados para su comparabilidad en el tiempo.

Las zonas metropolitanas jaliscienses seleccionadas son las realizadas por INEGI-CONAPO-SEDESOL (2000). De acuerdo a esto, encontramos que en Jalisco existen tres zonas metropolitanas, cuya delimitación se fija cuando estas se constituyen a partir de un conjunto de municipios, en donde se localiza una ciudad de 50 mil o más habitantes, que mantienen una relación funcional entre ellos, incluyendo también las ciudades de más de un millón de habitantes y ciudades de 250 mil o más habitantes.

Las zonas metropolitanas contempladas dentro del estudio, son las siguientes:

1.- Zona Metropolitana de Guadalajara, que abarca ocho municipios: Guadalajara, Ixtlahuacan de los membrillos, Juanacatlán, El Salto, Tlajocomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan. En 1990 contaba con una población de 3 003 868

habitantes y en 2000 de 3 699 136 habitantes. El crecimiento demográfico presenta una tasa de 2.7%, 1.4% y 2.1% entre 1990-1995,1995-2000 y 1990-2000, respectivamente.

2.- Zona Metropolitana de Ocotlán, que comprende dos municipios: Ocotlán y Poncitlán. Cuenta en 1990 con una población de 101 905 habitantes y para 2000 de 125 027 habitantes. Presenta tasas de crecimiento de 2.2%, 2.0% y 2.1% entre 1990-1995,1995-2000 y 1990-2000, respectivamente.

3.- Zona Metropolitana de Puerto Vallarta, que incluye dos municipios: Puerto Vallarta y Bahía de Banderas. La población total de la zona metropolitana era de 151 288 habitantes en 1990 mientras que en 2000 fue de 204 227 habitantes. Presenta un tasa de crecimiento de 4.8%, 5.2% y 5.0% entre 1990-1995,1995-2000 y 1990-2000, respectivamente.

Asimismo, se estudiaron las siguientes ciudades de más de 50,000 habitantes:

- Lagos de Moreno con 79 592 hab.
- Tepatlán de Morelos con 74 262 hab.
- Ciudad Guzmán con 85 118 hab.

2. Jalisco

a) Participación en el contexto nacional

Jalisco contó con una base productiva capaz de resistir las crisis económicas en la década perdida, de tal suerte que la entidad experimenta un incremento de su participación en el producto interno bruto nacional terciario de 6.8% en 1980 a 7.6% en 1988 (cuadro 2). Esto ocurre por el aumento de la participación tanto del comercio y servicios al productor como del consumidor, a consecuencia de la concentración de las actividades económicas en las principales ciudades del sistema urbano mexicano.

En 1980, la mayor concentración jalisiense del PIB nacional correspondió al comercio y servicios al consumidor con 7.0%, mientras que el comercio y servicios al productor representó 6.5%. La rama de mayor participación con 7.0%, es el comercio de bienes de capital e intermedios en el comercio y servicios al productor, mientras que en

el comercio y servicios al consumidor, es el comercio de bienes de consumo duradero con 8.2%.

Al finalizar el primer periodo en 1988, la importancia permanece en el comercio y servicios al consumidor, sin embargo aumenta a 7.8%, mientras que las categorías antes mencionadas siguen teniendo la mayor importancia (cuadro 2).

En la década perdida se observa que los establecimientos sufrieron los impactos de las crisis de 1982 a 1986, dado que, a grandes rasgos, la mayoría sufre una disminución en este periodo, respecto al nacional. Sólo en el rubro de comercio y servicios al consumidor encontramos que el comercio de bienes de consumo inmediato y el comercio de bienes de consumo duradero aumentan, tal vez en el primer caso debido a la demanda de bienes de primera necesidad, dada la disminución del poder adquisitivo, y en el segundo debido a la alta participación que esta rama tiene a nivel nacional, por lo que no sufre la recesión. Sin embargo la mayor concentración se encuentra por el lado del productor en 1980 con 11.5% de las unidades económicas, las cuales disminuyen a 7.8% en 1988. En esta categoría se encuentra que en 1980 la mayor participación proviene de los servicios profesionales con 13.7%, mientras que en 1988 es en el comercio de bienes de capital e intermedios con 8.4% (cuadro 2).

Por su parte el empleo se concentra en las ramas que más importancia tienen a nivel nacional, principalmente en el comercio y servicios al consumidor, abarcando en este lapso 7.6%. Mostrando su mayor participación en la rama de comercio de bienes de consumo duradero en 1980 con 7.7% y en 1988 con 8.0%, cifras menores a la participación de las actividades dirigidas al productor que abarcan en 1980 de 7.0% a 6.3% en 1988 principalmente dirigidas al comercio de bienes de capital e intermedios que cuentan en 1980 con 7.6% y en 1988 con 7.4 por ciento.

En el periodo de recuperación relativa (1988-1993) Jalisco se caracteriza por el incremento de la participación en el producto interno bruto nacional, por una recuperación paulatina de la economía y un aumento del flujo de capital a partir de la apertura económica, debido a ello, es posible que el incremento de las inversiones tanto nacionales como extranjeras hayan propiciado, para 1993, una mayor concentración en el comercio y servicios al productor cuando estos aportan 7.5%.

Cuadro 2
Jalisco: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total nacional)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|-------------|-------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 11.5 | 7.8 | 7.4 | 7.6 | 7.7 | 6.8 | 6.4 | 6.7 | 7.9 | 7.9 | 6.5 | 7.3 | 7.5 | 8.2 | 7.2 |
| 1.-Servicios profesionales | 13.7 | 7.4 | 6.9 | 7.0 | 7.3 | 5.5 | 5.4 | 5.7 | 7.6 | 7.4 | 5.6 | 6.7 | 5.8 | 5.9 | 5.1 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 13.7 | 7.4 | 6.9 | 7.0 | 7.3 | 5.5 | 5.4 | 5.7 | 7.6 | 7.4 | 5.6 | 6.7 | 5.8 | 5.9 | 5.1 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 9.9 | 8.4 | 8.4 | 8.5 | 8.4 | 7.7 | 7.4 | 7.9 | 8.3 | 8.8 | 7.1 | 7.6 | 9.0 | 10.5 | 10.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | 10.8 | 6.9 | 7.6 | 7.5 | 8.4 | 7.8 | 6.1 | 8.2 | 6.9 | 8.0 | 7.4 | 8.9 | 10.8 | 9.1 | 10.0 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 9.3 | 8.9 | 8.7 | 8.8 | 8.4 | 7.5 | 8.2 | 7.7 | 9.1 | 9.4 | 6.8 | 6.8 | 7.9 | 11.2 | 10.0 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 6.8 | 7.0 | 6.9 | 7.2 | 7.0 | 7.6 | 7.6 | 7.4 | 7.5 | 7.7 | 7.0 | 7.8 | 7.1 | 7.7 | 7.6 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 6.4 | 6.6 | 6.4 | 6.5 | 6.4 | 6.9 | 6.9 | 7.0 | 7.1 | 7.1 | 6.4 | 8.1 | 7.2 | 6.4 | 7.2 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 6.4 | 6.5 | 6.4 | 6.5 | 6.4 | 6.9 | 7.1 | 7.1 | 7.4 | 7.6 | 6.5 | 8.7 | 7.9 | 8.6 | 9.2 |
| 812 Supermercados | 5.9 | 7.6 | 6.8 | 5.9 | 5.9 | 6.8 | 6.0 | 5.7 | 5.3 | 5.6 | 4.7 | 7.4 | 5.8 | 2.8 | 4.9 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 6.7 | 6.0 | 7.0 | 6.8 | 4.9 | 6.9 | 7.1 | 7.5 | 7.5 | 6.2 | 18.0 | 7.2 | 7.9 | 9.2 | 6.3 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 7.0 | 6.6 | 6.7 | 7.2 | 6.9 | 7.4 | 7.6 | 7.1 | 7.6 | 7.6 | 5.3 | 6.5 | 5.7 | 9.2 | 7.2 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 6.4 | 6.3 | 6.6 | 6.9 | 7.1 | 6.6 | 6.5 | 6.7 | 7.3 | 7.6 | 5.4 | 6.0 | 7.4 | 6.7 | 8.0 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 7.6 | 6.7 | 6.4 | 7.3 | 6.1 | 6.8 | 6.6 | 6.5 | 7.0 | 5.5 | 4.1 | 6.6 | 5.4 | 4.0 | 4.3 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 10.5 | 10.0 | 8.9 | 10.4 | 8.5 | 7.6 | 10.4 | 8.9 | 10.2 | 9.0 | 2.6 | 6.1 | 8.0 | 10.2 | 9.3 |
| 824 Difusión e información | 6.9 | 6.9 | 6.4 | 5.6 | 5.9 | 6.6 | 6.0 | 5.4 | 4.4 | 5.0 | 4.1 | 1.1 | 0.9 | 13.4 | 2.7 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 8.4 | 7.6 | 7.1 | 7.0 | 6.7 | 10.8 | 11.5 | 9.2 | 9.7 | 9.7 | 7.8 | 12.1 | 7.6 | 8.9 | 11.7 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 6.9 | 7.6 | 7.6 | 7.9 | 7.7 | 7.7 | 8.1 | 8.0 | 8.0 | 8.2 | 8.2 | 8.3 | 8.3 | 8.0 | 8.2 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 6.9 | 7.6 | 7.6 | 7.9 | 7.7 | 8.1 | 8.2 | 8.2 | 8.2 | 8.4 | 7.6 | 8.9 | 8.5 | 8.0 | 8.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | 3.6 | 8.9 | 8.9 | 9.1 | 7.5 | 6.2 | 5.8 | 5.5 | 6.2 | 5.0 | 3.8 | 4.6 | 6.5 | 6.1 | 6.2 |
| 833 Automotrices y autopartes | 7.9 | 7.5 | 7.8 | 7.8 | 7.8 | 7.0 | 7.8 | 8.0 | 7.5 | 8.7 | 12.1 | 7.6 | 8.6 | 8.3 | 7.5 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 7.7 | 7.2 | 7.2 | 7.4 | 7.1 | 9.0 | 7.9 | 7.6 | 7.4 | 7.7 | 7.8 | 7.7 | 6.5 | 7.2 | 7.4 |
| 841 Reparaciones | 7.7 | 7.3 | 7.3 | 7.3 | 7.1 | 8.8 | 8.2 | 8.2 | 8.2 | 8.0 | 7.8 | 8.3 | 7.5 | 8.6 | 8.1 |
| 842 Educación y cultura privados | 7.9 | 6.8 | 6.7 | 7.5 | 6.9 | 10.4 | 7.7 | 6.8 | 6.4 | 7.3 | 10.0 | 6.9 | 6.0 | 6.4 | 7.5 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 7.8 | 7.2 | 7.2 | 7.5 | 7.4 | 7.6 | 7.7 | 7.4 | 7.3 | 8.1 | 6.1 | 7.7 | 5.9 | 6.3 | 6.7 |
| Total | 7.1 | 7.0 | 7.0 | 7.2 | 7.1 | 7.5 | 7.3 | 7.2 | 7.6 | 7.7 | 6.8 | 7.6 | 7.3 | 8.0 | 7.4 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

En donde destacan el comercio de bienes de capital e intermedios aportando la mayor parte en este año con 9.0%. Por su parte el comercio y servicios al consumidor contribuyen 7.1% en donde el rubro más importante proviene del comercio de bienes de consumo duradero tal como se había presentado desde 1980, una mayor demanda de bienes de este tipo puede ser reflejo de un mejor desempeño del poder adquisitivo (cuadro 2).

Esta condición económica no se refleja en los establecimientos, dado su cambio mínimo. El comercio de bienes de capital e intermedios se mantiene estable en 8.4% al igual que el comercio de bienes de consumo duradero en 7.6% (cuadro 2).

Por su parte el personal ocupado se concentra en mayor proporción que el periodo anterior, congruente con el incremento de su concentración nacional, y con la pérdida de importancia del empleo de los demás sectores a partir de los ochenta, en el comercio y servicios al productor cuando aumenta a 6.7% en 1993, contando con una participación de 7.9% el comercio de bienes de capital e intermedios, mientras que el comercio y servicios al consumidor decrece su concentración a 7.4%, pero manteniéndose estable el comercio de bienes de consumo duradero con 8.0%.

La mayor concentración del producto de las actividades terciarias del estado se ubica en esta etapa, en 1998 cuando participa con 7.9% del total nacional. Incremento que se desarrolla a la par de la recuperación relativa de México frente a las crisis económicas, así como el crecimiento continuo de la economía norteamericana hasta 2001, dentro del marco de un modelo volcado al exterior. Por lo tanto es congruente que en el periodo de 1993 y 2003 se prolongue la importancia del comercio y servicios al productor hasta 1998 con 8.2%, cuando el estado alcanza el punto más alto de su participación a nivel nacional, el cual disminuye a 7.2% para el año 2003, dado que la economía norteamericana sufre una desaceleración, y siendo el estado dependiente de la inversión extranjera, es posible que esto se encuentre internamente vinculado. Debido a ello el comercio y servicios al consumidor alcanza una cifra superior a la del productor de 7.6% en 2003.

En este periodo la categoría más importante está relacionada con las actividades dirigidas al productor, sigue prevaleciendo el comercio de bienes de capital e intermedios, mientras que en el consumidor, las actividades principales, se trasladan a los servicios de consumo inmediato, ya que para 1993 concentran 9.2% del producto interno, mientras que el comercio de bienes de consumo duradero 8.2% (cuadro 2).

Los establecimientos tienen su mayor concentración en el comercio y servicios al productor desde 1988 hasta 2003, teniendo su proporción mayor, en este último año con 7.7%, en donde la rama que más aporta, es la del comercio de bienes de capital e intermedios con su concentración más alta en 1998 de 8.5% (cuadro 2).

El personal ocupado se concentra en mayor proporción que en los periodos anteriores, congruente con la importancia que tiene a nivel nacional la región occidente a la que pertenece Jalisco. El personal ocupado se agrupa principalmente en el comercio y servicios al productor, cuando en 2003 comprende 7.9%, siguiendo la tendencia de los periodos anteriores, destacando el comercio de bienes de capital, el cual comprende 8.8%. Por su parte el comercio y servicios al consumidor aumenta a 7.6% en 2003, siendo el comercio de bienes de consumo duradero el que concentra 8.2% de la población ocupada en México.

En Jalisco, el comercio y servicios al productor incrementa su importancia, siendo ello, congruente con la tradición productiva del estado, promovida principalmente por la inversión. Jalisco cuenta con una estructura económica resistente ante las crisis económicas, dado que aumenta su participación en el ámbito nacional entre 1980 y 2003, principalmente en el personal ocupado y en el producto, a diferencia de los establecimientos, que reflejan en mayor medida los lapsos críticos del crecimiento económico, dado que tienden a paralizarse en el periodo de la década perdida, mientras que crecen en los periodos subsiguientes.

b. Estructura terciaria.

En la década perdida de 1980 a 1988, el comercio y servicios al consumidor tanto a nivel nacional como estatal, presentan una participación en el producto interno bruto terciario superior al 50 por ciento.

En 1980, el comercio y servicios al productor representó, en Jalisco 40.7% del producto interno bruto terciario, mientras que el comercio y servicios al consumidor fue de 59.3%. El grupo de mayor importancia en el comercio y servicios al productor, fue el comercio de bienes y capital intermedio con 27.2%, teniendo su representación más fuerte de 15.4% con el comercio de equipo e insumos industriales (cuadro 2). Por otra parte, en el comercio y servicios al consumidor, la categoría que más aporta al producto interno bruto es el comercio de bienes de consumo duradero con 26.0%. Es de notar que las ramas que más participan en la estructura estatal coinciden con las de mayor

aportación a nivel nacional, así mismo el comercio de bienes de consumo final es una de las ramas tradicionales en Jalisco, por lo que su predominancia es consistente en todos los periodos (cuadro 3).

En el periodo comprendido entre 1980 y 1988 el comercio y servicios al consumidor crece a una tasa anual de 4.2%, mayor a 3.2% del comercio y servicios al productor, por lo que existe un aumento en su concentración, dado que constituye 61.0% del producto interno bruto estatal en 1988, dos puntos porcentuales más que lo registrado a nivel nacional (cuadro 2 y A-9). En este sentido encontramos lo opuesto en el comercio y servicios al productor dado que se observa una menor concentración que la nacional, en 1980 Jalisco cuenta con una concentración del producto de 40.7%, mientras que el nacional fue de 42.3% y en 1988 de 38.9% a comparación del 40.6% respectivamente (cuadro 3).

El aumento principal que se da en la estructura del comercio y servicios al consumidor se genera por una mayor participación en el PIB, del comercio de bienes de consumo inmediato, incrementándose de 12.4% a 19.0% entre 1980 y 1988.

Además de la concentración del producto de los bienes de consumo duradero (25.5%), sin embargo con una tasa de crecimiento anual de 3.1%, menor que 8.5 % del comercio de bienes de consumo inmediato (cuadro 3 y 4).

Los establecimientos tienen un comportamiento opuesto al nacional, dado que en el estado disminuyen los del comercio y servicios al productor de 10.0% a 9.4% y los del consumidor aumentan de 89.9% a 90.6%.

Mientras que el personal ocupado ofrece un comportamiento similar al estatal, en el comercio y servicios al productor el empleo aumenta de 17.4% a 20.4%, mientras que en el consumidor disminuyen de 82.6% a 79.6%, lo que indica un aumento de la productividad en el comercio y servicios al consumidor, mientras que disminuye en los productor (cuadro 3).

Si el crecimiento del sector servicios en el periodo anterior tenía como base los servicios y el comercio al consumidor, este observa una fuerte disminución en el periodo de 1988 a 1993, con una tasa de crecimiento negativa de -0.9 %, indicando su pérdida de participación en el producto, sobre todo por la tasa del comercio de bienes de consumo inmediato, que disminuye en -6.1 % anual, esto se explica en parte porque después del periodo de crisis económicas, existe una recuperación relativa en la economía, lo que genera la recuperación de la planta productiva.

Cuadro 3
Jalisco: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
(porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 10.1 | 9.4 | 10.5 | 12.6 | 10.9 | 17.4 | 20.4 | 23.8 | 31.8 | 28.9 | 40.7 | 39.0 | 51.0 | 56.0 | 50.9 |
| 1.-Servicios profesionales | 5.0 | 5.2 | 6.1 | 7.0 | 7.0 | 5.2 | 9.1 | 11.5 | 19.5 | 17.9 | 13.4 | 12.2 | 18.6 | 19.8 | 20.1 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 5.0 | 5.2 | 6.1 | 7.0 | 7.0 | 5.2 | 9.1 | 11.5 | 19.5 | 17.9 | 13.4 | 12.2 | 18.6 | 19.8 | 20.1 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 5.0 | 4.2 | 4.5 | 5.6 | 4.0 | 12.2 | 11.3 | 12.4 | 12.3 | 10.9 | 27.3 | 26.7 | 32.4 | 36.3 | 30.8 |
| 731 Comercio al mayoreo | 2.2 | 0.9 | 1.1 | 1.2 | 0.9 | 6.0 | 3.4 | 5.1 | 4.0 | 4.2 | 11.9 | 11.3 | 15.0 | 10.1 | 13.2 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 2.8 | 3.2 | 3.4 | 4.4 | 3.1 | 6.1 | 7.8 | 7.3 | 8.3 | 6.8 | 15.4 | 15.5 | 17.4 | 26.1 | 17.6 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 89.9 | 90.6 | 89.5 | 87.4 | 89.1 | 82.6 | 79.6 | 76.2 | 68.2 | 71.1 | 59.3 | 61.0 | 49.0 | 44.0 | 49.1 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 38.0 | 33.5 | 32.8 | 29.3 | 28.9 | 23.8 | 20.8 | 21.2 | 18.2 | 18.7 | 12.4 | 19.1 | 11.7 | 9.6 | 11.9 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 37.4 | 32.8 | 32.2 | 28.3 | 27.8 | 20.4 | 17.1 | 18.1 | 15.0 | 14.4 | 7.3 | 11.6 | 7.6 | 6.4 | 7.2 |
| 812 Supermercados | 0.3 | 0.5 | 0.4 | 0.8 | 0.7 | 2.7 | 3.0 | 2.4 | 2.5 | 2.9 | 3.4 | 5.5 | 3.0 | 1.6 | 2.6 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.4 | 0.8 | 0.7 | 0.6 | 0.7 | 1.4 | 1.7 | 2.0 | 1.1 | 1.6 | 2.0 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 17.1 | 14.5 | 15.0 | 16.1 | 16.7 | 19.6 | 18.5 | 17.5 | 16.4 | 16.5 | 12.2 | 9.6 | 9.5 | 11.6 | 9.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 10.1 | 9.0 | 9.5 | 9.4 | 10.2 | 9.5 | 8.8 | 9.9 | 9.5 | 9.7 | 3.9 | 3.6 | 5.3 | 3.1 | 4.1 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 4.2 | 3.5 | 3.3 | 4.3 | 4.4 | 2.5 | 2.0 | 2.0 | 2.1 | 1.8 | 0.9 | 0.8 | 0.7 | 0.3 | 0.6 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.3 | 1.0 | 1.4 | 1.6 | 1.5 | 1.3 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 1.5 | 0.8 | 0.6 | 0.9 | 0.9 | 1.1 |
| 824 Difusión e información | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.2 | 1.0 | 0.8 | 0.5 | 0.5 | 1.7 | 0.3 | 0.3 | 4.9 | 0.9 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 1.0 | 0.7 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 5.1 | 5.2 | 3.2 | 2.9 | 3.1 | 4.8 | 4.3 | 2.3 | 2.4 | 3.2 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 21.5 | 27.3 | 26.1 | 25.6 | 29.0 | 22.5 | 25.1 | 22.4 | 19.0 | 21.8 | 26.0 | 25.5 | 20.2 | 16.1 | 18.1 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 19.9 | 25.2 | 24.1 | 23.6 | 27.0 | 17.6 | 21.0 | 18.7 | 16.1 | 18.0 | 13.2 | 19.2 | 14.4 | 11.5 | 13.0 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.9 | 0.8 | 0.9 | 0.8 | 0.8 | 2.0 | 1.0 | 1.5 | 0.9 | 1.2 |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.5 | 2.0 | 1.9 | 1.8 | 2.0 | 3.1 | 3.3 | 2.9 | 2.1 | 2.9 | 10.8 | 5.3 | 4.2 | 3.6 | 3.9 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 13.3 | 15.3 | 15.6 | 16.5 | 14.4 | 16.6 | 15.2 | 15.1 | 14.6 | 14.1 | 8.8 | 6.8 | 7.6 | 6.7 | 9.3 |
| 841 Reparaciones | 8.7 | 10.1 | 10.1 | 10.1 | 9.0 | 6.9 | 7.4 | 7.3 | 6.7 | 5.3 | 3.9 | 3.1 | 2.7 | 2.9 | 2.3 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.9 | 0.9 | 1.1 | 1.3 | 1.3 | 6.3 | 4.2 | 4.0 | 3.9 | 5.3 | 2.8 | 2.0 | 3.2 | 2.4 | 5.2 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 3.7 | 4.3 | 4.4 | 5.1 | 4.1 | 3.3 | 3.6 | 3.8 | 4.0 | 3.5 | 2.1 | 1.7 | 1.7 | 1.4 | 1.8 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 4
Jalisco: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
(porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 3.2 | 12.7 | 9.1 | -1.5 | 3.6 | 7.8 | 12.3 | 12.6 | 3.5 | 8.0 | 3.3 | 9.2 | 5.6 | 0.7 | 3.1 |
| 1.-Servicios profesionales | 4.6 | 13.5 | 8.4 | 1.1 | 4.7 | 13.3 | 13.9 | 18.2 | 3.8 | 10.8 | 2.6 | 12.6 | 4.9 | 3.0 | 3.9 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 4.6 | 13.5 | 8.4 | 1.1 | 4.7 | 13.3 | 13.9 | 18.2 | 3.8 | 10.8 | 2.6 | 12.6 | 4.9 | 3.0 | 3.9 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.7 | 11.6 | 10.0 | -5.2 | 2.1 | 4.6 | 10.9 | 6.1 | 3.1 | 4.6 | 3.5 | 7.5 | 6.0 | -0.6 | 2.6 |
| 731 Comercio al mayoreo | -6.4 | 12.7 | 7.4 | -4.3 | 1.4 | -1.6 | 17.6 | 1.2 | 6.7 | 3.9 | 3.1 | 9.5 | -4.1 | 8.3 | 1.9 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 5.8 | 11.3 | 10.8 | -5.5 | 2.3 | 8.9 | 7.3 | 9.1 | 1.2 | 5.1 | 3.9 | 6.0 | 12.4 | -5.2 | 3.2 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 4.2 | 9.8 | 4.8 | 1.7 | 3.2 | 5.2 | 7.8 | 3.9 | 6.4 | 5.2 | 4.2 | -1.0 | 1.5 | 5.0 | 3.2 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 2.5 | 9.6 | 2.9 | 1.0 | 1.9 | 3.9 | 9.2 | 3.1 | 6.1 | 4.6 | 9.6 | -6.1 | -0.3 | 7.1 | 3.3 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 2.4 | 9.7 | 2.5 | 1.0 | 1.8 | 3.3 | 10.1 | 2.3 | 4.7 | 3.5 | 10.0 | -4.9 | 0.1 | 5.3 | 2.6 |
| 812 Supermercados | 10.4 | 5.7 | 20.1 | -3.2 | 7.8 | 7.4 | 3.7 | 7.2 | 8.9 | 8.0 | 10.4 | -8.5 | -8.2 | 12.8 | 1.8 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | -0.9 | 7.5 | 5.7 | 18.7 | 12.0 | 3.5 | 8.0 | 8.9 | 19.6 | 14.1 | 5.6 | -7.5 | 11.6 | 7.6 | 9.6 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 2.0 | 10.8 | 6.7 | 2.1 | 4.4 | 4.9 | 7.5 | 4.9 | 5.7 | 5.3 | 0.8 | 3.2 | 7.9 | -0.6 | 3.6 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 2.6 | 11.5 | 5.0 | 2.9 | 4.0 | 4.5 | 11.6 | 5.2 | 6.0 | 5.6 | 2.8 | 11.6 | -7.0 | 8.8 | 0.6 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.5 | 9.1 | 11.0 | 1.8 | 6.3 | 2.5 | 9.5 | 6.7 | 2.6 | 4.7 | 2.7 | 1.6 | -11.3 | 13.7 | 0.4 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.3 | 17.4 | 8.0 | -0.6 | 3.6 | 7.9 | 7.4 | 6.0 | 7.0 | 6.5 | -1.3 | 12.8 | 5.0 | 6.1 | 5.5 |
| 824 Difusión e información | 3.1 | -3.0 | 8.3 | -10.0 | -1.3 | 3.5 | 4.2 | -5.0 | 5.2 | 0.0 | -15.4 | 4.2 | 75.8 | -26.7 | 13.5 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | -0.7 | 3.7 | 3.5 | 0.9 | 2.2 | 6.1 | -1.3 | 4.4 | 6.5 | 5.4 | 2.4 | -9.0 | 4.7 | 9.0 | 6.8 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 7.2 | 9.2 | 4.8 | 3.9 | 4.3 | 7.1 | 6.4 | 2.8 | 8.5 | 5.6 | 3.6 | -1.3 | -0.9 | 5.2 | 2.1 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 7.2 | 9.1 | 4.8 | 4.0 | 4.4 | 8.0 | 6.2 | 3.1 | 8.0 | 5.5 | 8.8 | -2.2 | -1.0 | 5.2 | 2.1 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.9 | 25.1 | 3.5 | -18.4 | -8.1 | -5.3 | 12.1 | 3.4 | 6.3 | 4.8 | -4.8 | 12.8 | -5.9 | 8.3 | 1.0 |
| 833 Automotrices y autopartes | 7.4 | 9.4 | 4.2 | 4.0 | 4.1 | 6.6 | 5.9 | 0.2 | 12.6 | 6.2 | -5.0 | -1.4 | 0.9 | 4.1 | 2.5 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 5.9 | 10.5 | 6.5 | -1.4 | 2.5 | 4.5 | 8.6 | 5.6 | 4.7 | 5.2 | 0.6 | 5.7 | 1.0 | 9.6 | 5.2 |
| 841 Reparaciones | 6.0 | 10.1 | 5.3 | -1.0 | 2.1 | 6.6 | 8.4 | 4.4 | 0.9 | 2.6 | 1.1 | 0.7 | 5.0 | -2.6 | 1.1 |
| 842 Educación y cultura privados | 4.2 | 13.6 | 10.0 | 0.6 | 5.2 | 0.3 | 8.0 | 5.8 | 11.8 | 8.8 | -0.5 | 13.6 | -2.2 | 19.9 | 8.3 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 6.0 | 10.7 | 8.3 | -2.8 | 2.6 | 6.6 | 9.7 | 7.5 | 2.7 | 5.1 | 1.2 | 3.5 | -0.7 | 8.9 | 4.0 |
| Total | 4.1 | 10.1 | 5.2 | 1.3 | 3.2 | 5.6 | 8.8 | 6.3 | 5.5 | 5.9 | 3.8 | 3.5 | 3.7 | 2.7 | 3.2 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Por lo que para este periodo el comercio y servicios al productor toma mayor fuerza constituyendo 51.0% de la estructura estatal. Se puede observar que la estabilización del país contribuye al crecimiento de las actividades productivas en el estado, sobrepasando la proporción nacional que es de 49.6%.

El grupo de mayor aportación lo conforman el comercio de bienes de capital e intermedios, con 32.4% destacándose que desde 1988 a 1993 se observa en este rubro un crecimiento de 7.5% (cuadro 3 y 4).

Dentro del periodo de recuperación moderada, el comercio y servicios al consumidor siguen conservando una alta participación en las estructuras de establecimientos y ocupacional alcanzando en 1993 89.4% y 76.1% respectivamente. Por su parte la estructura del empleo en el comercio y servicios al productor conforma, sólo 23.8% en el mismo año, mientras que los establecimiento aumentan a 10.5% contando ambos con una tasa anual de crecimiento similar de 12.0% (cuadro 3 y 4).

En 1998 coincide la consolidación de las actividades al productor tanto a nivel nacional como estatal, dadas las condiciones económicas, Jalisco se ve beneficiado por la apertura económica y el crecimiento de la economía estadounidense, siendo los servicios al productor los más beneficiados, dado que en el estado representan 56.0% en 1988, dos puntos porcentuales más que a nivel nacional. En donde la aportación mayoritaria de 36.2%, sigue proviniendo de los bienes de capital e intermedios, sin embargo este rubro presenta una tasa anual de crecimiento de 2.6%, mientras que los servicios profesionales crecen en 3.9%, lo que constituye una recuperación del empleo.

Sin embargo, para 2003 las actividades al productor sufren un retroceso de seis puntos porcentuales, en el mismo sentido que las actividades nacionales, suponemos que se debe a la vinculación económica de México con los estados unidos y a su desaceleración económica a partir de 2001 (cuadro 3 y 4).

Opuesto a ello las actividades de comercio y servicios al consumidor se recobran en el periodo de 1993 a 2003, debido al alza de las tasas de crecimiento de los grupos como el del comercio de bienes de consumo duradero, que presentan una tasa de crecimiento anual de 2.0% , tras recobrase de una tasa negativa en el periodo anterior, o como el comercio de bienes de consumo inmediato que recupera su importancia relativa en 1980, alcanzando una participación de 11.9%, con una tasa de crecimiento de 3.3%. Por su parte el grupo de servicios de consumo duradero crece a una tasa anual de 5.2% similar al periodo anterior, sin embargo a diferencia de otros años toma una importancia casi equitativa, que los servicios de consumo inmediato (cuadro 3 y 4).

Por su parte los establecimientos y el personal ocupado presentan un comportamiento similar al del producto interno, dado que los relacionados al comercio y servicios al productor alcanzan su mayor proporción en 1998 y disminuyen en 2003, mientras que los relacionados al comercio y servicios al consumidor ofrecen el comportamiento opuesto (cuadro 3).

En el comercio y servicios al productor, los servicios profesionales presentan la mayor tasa de crecimiento entre 1993 y 2003, en los establecimientos de 4.6% y en el personal ocupado de 10.7%. Mientras que en el lado del consumidor, destaca en los establecimientos la rama perteneciente a los servicios de consumo inmediato que crece anualmente en 4.4%, y en el personal ocupado, el comercio de bienes de consumo duradero con 5.6% (cuadro 4).

La estructura terciaria de Jalisco, fortalece sus características orientadas al comercio y servicios al productor, con el cambio de modelo económico realizado en el país. En una primer instancia su estructura se encuentra orientada al comercio y servicios al consumidor, con fuerte arraigo en la producción de bienes de consumo duradero, anclado en la comercialización de bienes a nivel regional, mientras que con el modelo volcado al exterior, a raíz de la apertura económica, fortalece su planta productiva anteriormente impulsada por sus políticas internas, que buscaban atraer inversiones nacionales como extranjeras en el territorio.

c. Dinámica terciaria.

Entre 1980 y 1988 la dinámica mayor de crecimiento del producto interno bruto, provino del comercio y servicios al consumidor con una tasa de 4.2%, mientras que la más alta aportación se originó en el comercio de bienes de consumo inmediato con 9.6%, debido en parte, a que en este periodo el poder adquisitivo comienza a presentar las mayores pérdidas a partir de 1982. Por su parte el comercio y servicios al productor tuvo un incremento menor al presentar un crecimiento anual de 3.2%, debido a la crisis de 1982 y de 1986, observándose un incremento en el comercio de bienes de capital e intermedios que aumentan en 3.5% anual (cuadro 4).

Los establecimientos al consumidor evolucionan de forma similar al contar con una tasa de 4.2%, mientras que el rubro más alto lo conforma el comercio de bienes de consumo duradero con 7.2%, representado por lo bienes para el hogar y automotriz. Si bien la categoría hacia el consumidor se lleva la mayor atención, se destaca que el

personal ocupado tiene su mayor crecimiento en la rama de los servicios al productor con 7.7%, conformado principalmente por los servicios profesionales (13.3%). Comportamiento que se presentara en los dos periodos siguientes (cuadro 4).

Durante la apertura económica, los servicios profesionales al productor incrementan su concentración en Jalisco, en las tres variables analizadas, el producto interno bruto crece anualmente 12.6%, los establecimientos 13.5% y el personal ocupado 13.9% (cuadro 4).

Por su parte el comercio y servicios al consumidor registra su mayor evolución por parte de la categoría de servicios de consumo duradero con 5.7% en el producto interno bruto, mientras que en los establecimientos, son los servicios de consumo inmediato con 10.7% y en el personal ocupado con el comercio de bienes de consumo inmediato con 9.2% (cuadro 4).

Entre 1993 y 2003 los establecimiento y el personal ocupado del comercio y servicios al productor tienen su mayor crecimiento anual de 3.6% y 7.9% respectivamente, concentrándose principalmente en los servicios profesionales a empresas con 4.6% y 10.7 %, sin embargo se visualiza que las tasas de crecimiento, son menores que el periodo anterior. Ello ligado al aumento de la participación del comercio y servicios al consumidor en el producto interno bruto que aumenta anualmente en 3.2%, similar al incremento de las actividades dirigidas al productor de 3.1%. El producto interno bruto del comercio y servicios al consumidor se incrementan gracias a los servicios de consumo duradero que ostentan una tasa de 5.1% (cuadro 4).

La dinámica de crecimiento del comercio y servicios estuvo íntimamente ligada al proceso de concentración del comercio y servicios al productor en la estructura y participación en el estado, trasladándose el dinamismo del comercio y servicios del consumidor al productor a partir del segundo periodo de 1988 a 1993. En términos de crecimiento los establecimientos y el empleo en el estado fueron más dinámicos que su producto interno bruto, sobre todo en el comercio y servicios al productor, especialmente en el periodo comprendido entre 1988 y 1993, vinculándose en mayor medida el comportamiento estatal con el nacional a partir de 1988.

3. Concentración del sector servicios en la Zona Metropolitana de Guadalajara

La zona metropolitana de Guadalajara (ZMG) es la capital del estado y concentra 58.5% de sus habitantes en 2000. La ciudad se caracteriza por ser un punto comercial de

distribución hacia varios estados, por su ubicación geográfica donde convergen las principales vías de comunicación carretera. Concentra la mayor cantidad de establecimientos industriales y de servicios estatales, siendo un alto porcentaje pequeñas y medianas empresas. Ésta zona se consolida como un centro regional proveedor de bienes y servicios especializados, sobre una base orientada a la producción y distribución de bienes de consumo básico, intermedio y final y como centro turístico.

En 1980 la ZMG, concentra 83.7% del producto interno bruto terciario estatal, sin embargo en 2003 su participación disminuye a 79.0%, pero mantiene un fuerte predominio económico sobre las otras ciudades del sistema urbano de Jalisco.

a. Participación en el total estatal.

La zona metropolitana de Guadalajara es la mayor concentradora de la actividad económica del estado. En 1980 concentra 83.7% del producto interno bruto terciario, 57.6% de los establecimientos y 70.5% del personal ocupado (cuadro 5). Debido a la gran influencia que ejerce su área urbana en la región occidente del país, desde su conformación histórica como centro comercial y administrativo.

En 1980, la mayor concentración del producto, se encuentra en el comercio y servicios al productor con 90.7%, mientras que el comercio y servicios al consumidor es de 78.8%, una muy alta concentración si se considera que se dirige a un poco más de la mitad de la población jalisiense, aspecto que se mantendrá en los siguientes periodos por las políticas creadas en el territorio para fomentar la inversión y por los vínculos comerciales suficientemente desarrollados para superar las crisis del primer periodo.

En 1980, las actividades dirigidas al productor de mayor importancia son los servicios profesionales abarcando 96.0% de la participación en el producto interno bruto estatal, sin embargo su jerarquía se modifica en 1988, dado que el comercio de bienes de capital e intermedios lo rebasa con una mayor participación de 90.8%, rama que mantendrá su importancia en los demás periodos. Por su parte la categoría más importante en el comercio y servicios al consumidor es el comercio de bienes de consumo duradero que agrupa 86.8%, el cual disminuye en su jerarquía para 1988 con 83.6% (cuadro 5).

Como se puede observar en los datos siguientes este periodo se caracteriza por el incremento de la concentración de las unidades económicas, a diferencia de la pérdida de concentración que tiene el producto en la zona metropolitana de Guadalajara.

Cuadro 5
Zona metropolitana de Guadalajara: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 71.1 | 75.3 | 70.7 | 68.6 | 63.0 | 87.4 | 83.3 | 67.5 | 82.5 | 82.8 | 90.7 | 81.0 | 88.9 | 83.9 | 82.6 |
| 1.-Servicios profesionales | 66.0 | 72.3 | 68.4 | 66.4 | 60.8 | 92.3 | 82.8 | 79.6 | 84.2 | 84.3 | 96.1 | 61.2 | 82.7 | 74.0 | 78.9 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 66.0 | 72.3 | 68.4 | 66.4 | 60.8 | 92.3 | 82.8 | 79.6 | 84.2 | 84.3 | 96.1 | 61.2 | 82.7 | 74.0 | 78.9 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 76.3 | 79.0 | 73.8 | 71.3 | 66.9 | 85.2 | 83.7 | 56.3 | 79.7 | 80.2 | 88.0 | 90.1 | 92.4 | 89.3 | 85.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | 78.3 | 84.9 | 68.5 | 72.6 | 71.4 | 83.7 | 69.4 | 82.0 | 70.3 | 74.5 | 86.7 | 82.6 | 90.4 | 81.3 | 80.3 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 74.6 | 77.3 | 75.4 | 71.0 | 65.6 | 86.8 | 90.0 | 38.6 | 84.2 | 83.7 | 89.1 | 95.5 | 94.2 | 92.4 | 88.5 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 56.1 | 58.9 | 59.7 | 59.3 | 59.1 | 66.9 | 68.7 | 65.7 | 65.5 | 66.8 | 78.9 | 78.2 | 77.9 | 70.2 | 75.4 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 48.2 | 50.4 | 55.0 | 55.9 | 57.1 | 55.1 | 61.9 | 59.5 | 61.4 | 61.7 | 73.4 | 75.2 | 73.6 | 64.4 | 68.9 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 48.2 | 50.1 | 55.0 | 55.8 | 57.3 | 50.6 | 58.0 | 57.3 | 59.3 | 58.6 | 63.2 | 66.7 | 69.8 | 65.1 | 66.4 |
| 812 Supermercados | 56.3 | 70.4 | 59.9 | 61.5 | 52.1 | 90.4 | 83.5 | 76.0 | 72.8 | 76.7 | 89.7 | 91.8 | 85.0 | 63.5 | 78.8 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 36.0 | 46.0 | 41.9 | 41.5 | 47.5 | 51.3 | 63.1 | 60.2 | 65.1 | 61.9 | 84.5 | 78.3 | 68.3 | 62.6 | 65.1 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 52.2 | 59.5 | 60.8 | 58.1 | 57.6 | 58.0 | 60.2 | 59.8 | 59.5 | 62.3 | 61.6 | 64.2 | 67.4 | 57.8 | 67.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 51.0 | 57.8 | 58.5 | 56.5 | 58.2 | 58.6 | 63.6 | 60.2 | 62.3 | 65.1 | 67.6 | 71.3 | 68.2 | 65.2 | 69.1 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 62.9 | 69.0 | 77.4 | 66.8 | 65.8 | 74.3 | 72.2 | 72.6 | 71.7 | 69.7 | 73.4 | 74.5 | 78.5 | 59.0 | 72.9 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 38.5 | 53.1 | 45.3 | 53.9 | 39.6 | 59.7 | 75.6 | 69.1 | 73.5 | 74.8 | 82.7 | 80.8 | 76.1 | 82.7 | 85.7 |
| 824 Difusión e información | 38.4 | 56.0 | 60.8 | 47.0 | 42.1 | 65.6 | 73.9 | 81.5 | 56.5 | 75.3 | 88.6 | 86.5 | 88.6 | 67.9 | 78.4 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 42.3 | 45.0 | 39.0 | 32.2 | 27.9 | 46.5 | 42.9 | 40.5 | 35.9 | 40.9 | 41.3 | 52.5 | 55.3 | 18.0 | 56.3 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 64.6 | 62.0 | 61.5 | 59.9 | 59.6 | 78.2 | 74.8 | 71.0 | 69.1 | 69.0 | 86.8 | 84.0 | 82.5 | 77.4 | 78.4 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 63.9 | 61.2 | 60.7 | 59.0 | 58.9 | 75.5 | 73.0 | 69.0 | 67.0 | 66.4 | 80.5 | 83.3 | 80.3 | 74.6 | 76.4 |
| 832 Tiendas de departamentos | 71.6 | 80.6 | 81.0 | 76.3 | 57.9 | 96.9 | 93.6 | 95.0 | 91.3 | 88.4 | 99.4 | 96.7 | 98.4 | 88.0 | 86.7 |
| 833 Automotrices y autopartes | 74.0 | 71.8 | 69.7 | 69.7 | 68.5 | 82.7 | 81.9 | 76.3 | 76.4 | 79.7 | 92.2 | 83.8 | 84.5 | 83.4 | 82.5 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 69.6 | 71.1 | 65.4 | 65.4 | 63.7 | 79.1 | 78.1 | 73.5 | 72.8 | 75.5 | 86.3 | 83.6 | 84.4 | 82.6 | 86.1 |
| 841 Reparaciones | 68.5 | 70.9 | 63.5 | 64.2 | 63.1 | 75.0 | 76.2 | 69.7 | 69.6 | 68.3 | 82.9 | 79.5 | 79.5 | 78.1 | 77.4 |
| 842 Educación y cultura privados | 64.5 | 76.3 | 75.5 | 76.5 | 70.2 | 82.3 | 81.9 | 80.3 | 80.3 | 84.4 | 91.9 | 88.6 | 89.7 | 89.2 | 92.9 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 73.5 | 70.6 | 67.1 | 64.8 | 62.9 | 81.4 | 77.6 | 73.7 | 70.7 | 73.1 | 85.1 | 85.2 | 82.4 | 80.7 | 78.0 |
| Total | 57.6 | 60.4 | 60.8 | 60.4 | 59.5 | 70.5 | 71.7 | 66.2 | 70.9 | 71.4 | 83.7 | 79.3 | 83.5 | 77.9 | 79.1 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Los establecimientos entre 1980 y 1988 se concentran como el producto en las actividades referidas al productor observando un aumento de 71.1% a 75.2% respectivamente. En donde la categoría consistente a lo largo de los tres periodos que tiene la mayor concentración es el comercio de bienes de capital e intermedios que fluctúa entre 76.2% y 79.0% en el periodo.

Los establecimientos del comercio y servicios al consumidor se basan primordialmente en los servicios de consumo duradero que van de 69.6% hasta 71.1% (cuadro 5). Si bien esta categoría no concuerda con la concentración del estado en el contexto nacional, si es la segunda en importancia, y siendo la zona metropolitana más importante del estado, es congruente que concentre una mayor cantidad de infraestructura relacionada con la educación y la salud.

Tal como sucede en las otras variables el personal ocupado se concentra principalmente entre estos años en las actividades en el comercio y servicios al productor, en la rama más dinámica que son los servicios profesionales que varían de 87.3% a 83.3% entre 1980 y 1988 (cuadro 5). Esto se debe a la transformación económica del periodo, en donde la fuerza productiva encuentra en el sector servicios la alternativa de empleo. Sin embargo para 1988 la mayor concentración se encuentra en el comercio de bienes de capital e intermedios con 83.7%. En el caso del comercio y servicios al consumidor la mayor agrupación del empleo se encuentra en los servicios de consumo duradero, que oscila entre 79.0% al 78.0% (cuadro 5).

En el periodo de recuperación relativa, el PIB terciario, aportado al estado por la zona metropolitana de Guadalajara, disminuye a 83.5% en 1993. En donde el comercio y servicios al productor sigue manteniendo su importancia abarcando de 81.0% a 88.9% entre 1988 y 1993. La categoría que predomina en las actividades dirigidas al productor, es la del comercio de bienes de capital e intermedios que alcanza su concentración mayor en 1993 con 92.4%, es de notar que la zona metropolitana coincide en este rubro con respecto a la mayor aportación que Jalisco tiene dentro del país. No así en el comercio y servicios al consumidor, dado que la ZMG concentra su mayor proporción en los servicios de consumo duradero con 84.4%, la cual es la tercera rama al consumidor en la que participa el estado de Jalisco en el contexto nacional, lo que refleja que las actividades al consumidor están más dispersas en el sistema de ciudades y no tan concentradas como las del productor (cuadro 5).

En 1993, los establecimientos se concentran principalmente en las actividades referidas al productor disminuyendo a 70.6 %. En donde la categoría consistente a lo largo de los tres periodos, que tiene la mayor concentración, es el comercio de bienes de capital e intermedios, que se modifica a 73.7% en el mismo año. Por su parte las unidades económicas del comercio y servicios al consumidor se basan primordialmente en los servicios de consumo duradero que disminuyen a 65.3% (cuadro 5).

El personal ocupado se concentra en las actividades dirigidas al comercio y servicios al productor, en 1988 en el comercio de bienes de capital e intermedios con 83.7%, modificándose para 1993 cuando la mayor participación proveída al estado se encuentra en la categoría de los servicios profesionales que comprende 79.6%. En el comercio y servicios al consumidor la mayor agrupación se encuentra, en los servicios de consumo duradero, que abarcan 73.5% en 1993 (cuadro 5).

En el periodo de 1993 a 2003 el comercio y servicios al productor sigue teniendo la mayor concentración del producto interno bruto, que el comercio y servicios al productor, aunque éste disminuye a 82.6% en 2003, explicado en parte por la pérdida de capital externo debido a la desaceleración experimentada en los Estados Unidos. Se visualiza que la clase primordial permanece en el comercio de bienes de capital e intermedios, sin embargo estos también decrecen a 85.0% en 2003, dado que su dinámica con respecto al periodo anterior es menor. Lo que abre paso a una mayor concentración de los servicios profesionales con 78.9%. Por otra parte el comercio y servicios al consumidor caracterizado por la participación de los servicios de consumo duradero ofrece un comportamiento creciente en este periodo de 84.4% a 86.1% entre 1993 y 2003, mientras que la rama de comercio de bienes de consumo duradero que en 1980 había observado una mayor importancia tiende a decaer hasta llegar a 78.4% en 2003 con de la concentración estatal (cuadro 5).

Los establecimientos entre 1993 y 2003 se concentran principalmente en las actividades referidas al productor observando una disminución de 70.6 % a 63.0% en el lapso. En donde la categoría consistente de mayor concentración desde los periodos anteriores, es el comercio de bienes de capital e intermedios que fluctúa entre 73.7% a 66.9%. Por su parte las unidades económicas referidas al comercio y servicios al consumidor, se basan primordialmente en los servicios de consumo duradero que van de 69.6% hasta 63.6% (cuadro 5).

Tal como sucede en las otras variables el personal ocupado se concentra en estos años en las actividades del comercio y servicios al productor, pero en la rama de servicios profesionales varía de 79.6% a 84.3%. En el caso del comercio y servicios al consumidor, la mayor agrupación se encuentra en los servicios de consumo duradero, que oscila entre 73.5% a 75.5% en el mismo periodo. Cabe destacar que si bien esta clase no concuerda con la concentración del estado con respecto a la nacional, si es la segunda en importancia en este aspecto (cuadro 5).

Entre 1980 y 2003 existe una tendencia predominante de las actividades del comercio y servicios al productor, que básicamente, son las que definen la estructura de esta zona metropolitana, mientras que su participación en el producto estatal ha disminuido de 83.7% a 79.0% entre 1980 y 2003, a contraposición del aumento de las actividades terciarias en Jalisco, que aumentan de 6.8% a 7.4% en el mismo periodo. Por lo que a pesar de que Guadalajara sigue manteniendo su preeminencia, al ser una alta concentradora de la actividad económica, se observa cierta desconcentración de las actividades terciarias hacia las demás zonas metropolitanas y ciudades del sistema urbano jalisciense, tanto en el comercio y servicios al consumidor como al productor.

b. Estructura terciaria.

En la primera etapa de ajuste al nuevo modelo económico, la estructura tapatía mantiene el predominio del PIB terciario en las actividades de comercio y servicios al consumidor, las cuales aumentan de 55.9% a 60.2%, con una tasa de crecimiento anual de 4.0%, mientras que la rama de comercio de bienes de consumo duradero, conforma 27.6% de la estructura, una proporción de más del doble que cualquier otra categoría, expresando la orientación económica de esta zona, sin embargo pierde importancia en los siguientes periodos. Por su parte, el producto en el comercio y servicios al productor es dirigido por el comercio de bienes de capital e intermedios, con una tasa de 3.8%, incrementado su participación en la estructura de 28.7% en 1980 a 30.4% en 1988 (cuadro 6 y 7). Por lo que se asume que el periodo de crisis no impactó de forma negativa el comportamiento de estas ramas, sino que mantuvieron o mejoraron su actividad, no así las demás categorías que sufrieron una contracción, por lo que se sustenta que los productores tapatíos lograron enfrentar los debates de las crisis de los ochentas en sus actividades fundamentales.

Cuadro 6
Zona metropolitana de Guadalajara: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 12.4 | 11.7 | 12.2 | 14.3 | 11.6 | 21.5 | 23.7 | 24.3 | 37.0 | 33.4 | 44.1 | 39.8 | 54.3 | 60.4 | 53.1 |
| 1.-Servicios profesionales | 5.8 | 6.3 | 6.8 | 7.7 | 7.1 | 6.8 | 10.5 | 13.8 | 23.1 | 21.2 | 15.4 | 9.4 | 18.4 | 18.8 | 20.0 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 5.8 | 6.3 | 6.8 | 7.7 | 7.1 | 6.8 | 10.5 | 13.8 | 23.1 | 21.2 | 15.4 | 9.4 | 18.4 | 18.8 | 20.0 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 6.7 | 5.5 | 5.4 | 6.6 | 4.5 | 14.7 | 13.1 | 10.5 | 13.8 | 12.3 | 28.7 | 30.4 | 35.9 | 41.6 | 33.1 |
| 731 Comercio al mayoreo | 3.0 | 1.3 | 1.2 | 1.4 | 1.1 | 7.2 | 3.3 | 6.3 | 3.9 | 4.4 | 12.3 | 11.7 | 16.2 | 10.6 | 13.4 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 3.7 | 4.1 | 4.2 | 5.2 | 3.4 | 7.6 | 9.8 | 4.3 | 9.9 | 7.9 | 16.4 | 18.6 | 19.7 | 31.0 | 19.6 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 87.6 | 88.3 | 87.8 | 85.7 | 88.4 | 78.5 | 76.3 | 75.7 | 63.0 | 66.6 | 55.9 | 60.2 | 45.7 | 39.6 | 46.9 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 31.8 | 28.0 | 29.7 | 27.1 | 27.7 | 18.6 | 18.0 | 19.0 | 15.8 | 16.2 | 10.8 | 18.1 | 10.3 | 8.0 | 10.4 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 31.3 | 27.2 | 29.1 | 26.1 | 26.8 | 14.6 | 13.8 | 15.7 | 12.6 | 11.9 | 5.5 | 9.7 | 6.4 | 5.3 | 6.1 |
| 812 Supermercados | 0.3 | 0.6 | 0.4 | 0.9 | 0.6 | 3.4 | 3.6 | 2.8 | 2.6 | 3.1 | 3.6 | 6.4 | 3.1 | 1.3 | 2.6 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 1.2 | 1.7 | 1.9 | 0.9 | 1.3 | 1.7 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 15.5 | 14.3 | 15.0 | 15.4 | 16.2 | 16.2 | 15.6 | 15.8 | 13.8 | 14.4 | 9.0 | 7.8 | 7.6 | 8.6 | 8.4 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 9.0 | 8.6 | 9.2 | 8.8 | 10.0 | 7.9 | 7.8 | 9.0 | 8.3 | 8.8 | 3.2 | 3.2 | 4.3 | 2.6 | 3.6 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 4.6 | 3.9 | 4.2 | 4.8 | 4.9 | 2.6 | 2.0 | 2.2 | 2.1 | 1.8 | 0.8 | 0.7 | 0.7 | 0.3 | 0.5 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 0.8 | 0.9 | 1.0 | 1.4 | 1.0 | 1.1 | 1.6 | 1.5 | 1.5 | 1.6 | 0.8 | 0.6 | 0.8 | 1.0 | 1.2 |
| 824 Difusión e información | 0.3 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | 0.4 | 0.5 | 1.8 | 0.4 | 0.4 | 4.3 | 0.9 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.8 | 0.5 | 0.3 | 0.3 | 0.2 | 3.4 | 3.1 | 2.0 | 1.5 | 1.8 | 2.4 | 2.9 | 1.5 | 0.5 | 2.3 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 24.2 | 28.0 | 26.4 | 25.3 | 29.1 | 25.0 | 26.2 | 24.1 | 18.5 | 21.1 | 27.0 | 27.0 | 19.9 | 16.0 | 18.0 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 22.1 | 25.6 | 24.0 | 23.1 | 26.7 | 18.9 | 21.4 | 19.5 | 15.2 | 16.8 | 12.7 | 20.2 | 13.9 | 11.0 | 12.5 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 2.6 | 1.0 | 1.3 | 1.0 | 1.0 | 2.4 | 1.2 | 1.8 | 1.1 | 1.4 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.0 | 2.3 | 2.2 | 2.1 | 2.4 | 3.6 | 3.7 | 3.3 | 2.3 | 3.3 | 11.9 | 5.6 | 4.2 | 3.9 | 4.1 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 16.1 | 18.0 | 16.7 | 17.9 | 15.4 | 18.7 | 16.6 | 16.8 | 15.0 | 14.9 | 9.0 | 7.2 | 7.7 | 7.1 | 10.1 |
| 841 Reparaciones | 10.4 | 11.9 | 10.6 | 10.8 | 9.6 | 7.4 | 7.9 | 7.7 | 6.6 | 5.1 | 3.8 | 3.2 | 2.6 | 2.9 | 2.2 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.0 | 1.1 | 1.3 | 1.7 | 1.5 | 7.4 | 4.8 | 4.9 | 4.5 | 6.2 | 3.1 | 2.2 | 3.4 | 2.7 | 6.1 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 4.7 | 5.0 | 4.8 | 5.4 | 4.4 | 3.9 | 3.9 | 4.2 | 4.0 | 3.6 | 2.1 | 1.8 | 1.7 | 1.4 | 1.8 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 7
Zona metropolitana de Guadalajara: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 93-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 93-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 3.9 | 11.2 | 8.4 | -3.2 | 2.5 | 7.1 | 7.6 | 17.2 | 3.6 | 10.2 | 1.8 | 11.3 | 4.4 | 0.4 | 2.4 |
| 1.-Servicios profesionales | 5.8 | 12.2 | 7.7 | -0.7 | 3.4 | 11.8 | 13.0 | 19.5 | 3.8 | 11.4 | -3.0 | 19.6 | 2.6 | 4.3 | 3.5 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 5.8 | 12.2 | 7.7 | -0.7 | 3.4 | 11.8 | 13.0 | 19.5 | 3.8 | 11.4 | -3.0 | 19.6 | 2.6 | 4.3 | 3.5 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 2.1 | 10.1 | 9.3 | -6.4 | 1.1 | 4.4 | 2.4 | 13.8 | 3.2 | 8.4 | 3.8 | 8.1 | 5.3 | -1.6 | 1.8 |
| 731 Comercio al mayoreo | -5.4 | 8.0 | 8.6 | -4.6 | 1.8 | -3.9 | 21.6 | -1.9 | 8.0 | 2.9 | 2.5 | 11.5 | -6.1 | 8.0 | 0.7 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 6.3 | 10.7 | 9.5 | -6.9 | 0.9 | 9.4 | -9.4 | 27.5 | 1.1 | 13.5 | 4.8 | 5.7 | 12.0 | -6.0 | 2.6 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 4.8 | 10.1 | 4.6 | 1.6 | 3.1 | 5.5 | 6.9 | 3.9 | 6.8 | 5.4 | 4.1 | -1.0 | -0.6 | 6.5 | 2.9 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 3.1 | 11.6 | 3.2 | 1.4 | 2.3 | 5.4 | 8.3 | 3.8 | 6.2 | 5.0 | 9.9 | -6.5 | -3.0 | 8.5 | 2.6 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 2.9 | 11.8 | 2.8 | 1.5 | 2.2 | 5.1 | 9.9 | 3.0 | 4.5 | 3.7 | 10.8 | -4.0 | -1.3 | 5.6 | 2.1 |
| 812 Supermercados | 13.5 | 2.3 | 20.7 | -6.3 | 6.3 | 6.3 | 1.7 | 6.3 | 10.0 | 8.1 | 10.7 | -9.9 | -13.4 | 17.8 | 1.0 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 2.2 | 5.5 | 5.6 | 21.9 | 13.5 | 6.2 | 6.9 | 10.6 | 18.4 | 14.4 | 4.6 | -10.0 | 9.7 | 8.5 | 9.1 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 3.7 | 11.3 | 5.8 | 1.9 | 3.8 | 5.4 | 7.3 | 4.8 | 6.7 | 5.8 | 1.3 | 4.2 | 4.7 | 2.6 | 3.6 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 4.2 | 11.7 | 4.3 | 3.5 | 3.9 | 5.6 | 10.4 | 5.9 | 6.9 | 6.4 | 3.4 | 10.6 | -7.9 | 10.1 | 0.7 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 2.7 | 11.7 | 7.7 | 1.5 | 4.6 | 2.2 | 9.6 | 6.5 | 2.0 | 4.2 | 2.9 | 2.7 | -16.3 | 18.6 | -0.3 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 5.4 | 13.7 | 11.8 | -6.5 | 2.2 | 11.1 | 5.5 | 7.3 | 7.3 | 7.3 | -1.6 | 11.5 | 6.7 | 6.9 | 6.8 |
| 824 Difusión e información | 8.0 | -1.4 | 2.8 | -12.0 | -4.8 | 5.0 | 6.3 | -11.7 | 11.4 | -0.8 | -15.6 | 4.7 | 66.7 | -24.6 | 12.1 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.0 | 0.8 | -0.4 | -1.9 | -1.2 | 5.0 | -2.5 | 1.9 | 9.3 | 5.5 | 5.5 | -8.1 | -16.4 | 37.0 | 7.0 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 6.7 | 9.0 | 4.2 | 3.8 | 4.0 | 6.5 | 5.3 | 2.2 | 8.5 | 5.3 | 3.1 | -1.6 | -2.2 | 5.4 | 1.6 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 6.7 | 8.9 | 4.3 | 4.0 | 4.1 | 7.5 | 5.1 | 2.5 | 7.8 | 5.1 | 9.2 | -3.0 | -2.4 | 5.7 | 1.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | 2.4 | 25.3 | 2.2 | -22.8 | -11.1 | -5.7 | 12.5 | 2.6 | 5.6 | 4.1 | -5.1 | 13.3 | -8.0 | 8.0 | -0.3 |
| 833 Automotrices y autopartes | 7.0 | 8.7 | 4.2 | 3.6 | 3.9 | 6.4 | 4.4 | 0.3 | 13.5 | 6.7 | -6.1 | -1.3 | 0.7 | 3.9 | 2.3 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 6.2 | 8.6 | 6.5 | -1.9 | 2.2 | 4.3 | 7.3 | 5.3 | 5.5 | 5.4 | 0.2 | 6.0 | 0.5 | 10.5 | 5.4 |
| 841 Reparaciones | 6.5 | 7.8 | 5.5 | -1.3 | 2.0 | 6.8 | 6.5 | 4.4 | 0.5 | 2.4 | 0.6 | 0.7 | 4.6 | -2.7 | 0.9 |
| 842 Educación y cultura privados | 6.5 | 13.3 | 10.3 | -1.1 | 4.5 | 0.2 | 7.6 | 5.8 | 13.0 | 9.3 | -1.0 | 13.9 | -2.3 | 20.8 | 8.7 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 5.5 | 9.5 | 7.5 | -3.4 | 1.9 | 6.0 | 8.6 | 6.6 | 3.4 | 5.0 | 1.2 | 2.8 | -1.1 | 8.2 | 3.4 |
| Total | 4.7 | 10.3 | 5.1 | 1.0 | 3.0 | 5.9 | 7.1 | 7.7 | 5.7 | 6.7 | 3.1 | 4.6 | 2.2 | 3.0 | 2.6 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Los establecimientos referidos al consumidor abarcan de 87.5% a 88.2%, mientras que se enfocan a la actividad del comercio de bienes de consumo inmediato en ambos años, participación que va decreciendo por la recuperación paulatina de la crisis, ya que en 1988 otra de las actividades con importancia semejante es la del comercio de consumo duradero que tiene una participación similar de 28.0%. Destacándose que el aspecto ocupacional también se enfoca a esta área del consumidor abarcando de 25.0% a 26.2% entre 1980 y 1988, cuando la estructura del empleo dirigida al consumidor comprende de 78.5% a 76.2% en el mismo periodo (cuadro 6 y 7).

Por su parte las actividades dirigidas al productor tienen en este lapso una menor importancia, dado que la reestructuración económica está en proceso, por lo que el comercio de bienes de capital e intermedios en establecimientos decrece de 6.6% a 5.4% y en el personal ocupado de 14.7% a 13.1% (cuadro 6 y 7).

Para 1993 el cambio de modelo económico, al igual que las políticas neoliberales, orientan la estructura de la ZMG hacia el comercio y servicios al productor contemplando 54.3% del PIB terciario, tal como sucede a nivel estatal. En ambos casos la actividad principal es el comercio de bienes de capital e intermedios, que conforma en Jalisco 32.4% y en la ZMG, 35.8%, esto sucede gracias a sus altas tasas de 6.0% y 8.1%, correspondientemente (cuadros 3, 6 y 7). Cabe destacar que el comercio y servicios al consumidor pierden participación en la estructura de la ZMG desde 1980 y continúa hasta el periodo de recuperación relativa en todas sus categorías. Como es el caso del comercio de bienes de consumo duradero que disminuye a 19.9% con una tasa negativa de -1.6% (cuadro 6 y 7).

Por su parte los establecimientos al consumidor comprenden 87.7%, en donde el comercio de bienes de consumo inmediato contempla 29.6%, perdiendo productividad parcial del trabajo y la concentración de capital por unidad económica, al crecer también su personal, pero disminuir su producción interna bruta. Por su lado los establecimientos relacionados al productor como son los servicios profesionales, van en aumento alcanzando en ese año con 6.8% (cuadro 6 y 7).

El personal ocupado se concentra en el comercio y servicios al consumidor conformando 75.7%, en donde el comercio de bienes de consumo duradero abarca 24.0%. Por el lado del productor el empleo se ubica en los servicios profesionales a diferencia del periodo anterior, con 13.8% (cuadro 6).

Para 1988 la estructura en el comercio y servicios al productor alcanza su máximo con 60.4%, proporción mayor a la estatal de 56.0%. Debido a que en ese lapso

el comercio y servicios al productor, crece a un ritmo del 4.4% anual (cuadro 3, 6 y 7).

En el periodo de recuperación-recesión (1993-2003), el rubro de mayor importancia en la entidad proviene del comercio de bienes de capital e intermedios que conforma de 35.9% a 33.0% de la estructura con un tasa anual de 1.7%. En esos años el comercio y servicios al consumidor mantiene una alta participación en el comercio de bienes de consumo duradero, disminuyendo a 18.0% en 2003 con una tasa de crecimiento de 1.6% (cuadro 3, 6 y 7). Por lo que se visualiza que esta categoría pierde su predominio original, al igual que sucede a nivel estatal, abriendo camino al incremento de los servicios de consumo duradero e inmediato en el área del consumidor y a los servicios profesionales en los del productor que mantienen altas tasas de crecimiento para 2003.

La estructura en los establecimientos del comercio y servicios al consumidor abarca la mayor parte de 87.7% a 88.4% entre 1993 y 2003, contribución generada en primer lugar por el comercio bienes de consumo inmediato el cual sigue teniendo fuerza, alcanzado 27.7% para 2003. Por otra parte las unidades económicas al productor pertenecen en su mayoría a los servicios profesionales que aumentan de 6.8% a 7.1% en el mismo lapso (cuadro 6 y 7).

El personal ocupado aumenta su participación en los servicios profesionales incrementándose de 13.8% a 21.1%, mientras que en el rubro dirigido al consumidor, el comercio de bienes de consumo duradero disminuye de 24.0% a 21.0% en el periodo (cuadro 6 y 7).

Conforme avanza el modelo de apertura económica las categorías tradicionales en la conformación del producto, como son el comercio de bienes de capital e intermedios y el comercio de bienes de consumo duradero, tienden a relajar su participación con un menor dinamismo, a favor de otras categorías que a partir de la reestructuración económica toman importancia en la conformación del producto, como son los servicios profesionales, y los servicios de consumo duradero, por lo que se evidencia un cambio de las funciones económicas en la ZMG, hacia actividades orientadas a la provisión de servicios de infraestructura de mayor calidad y con una amplia base de servicios profesionales. Se debe aclarar que este cambio ocurrido, en los servicios de consumo duradero, difiere de los servicios profesionales en que el incremento de la participación de la estructura se da en el producto interno bruto, no así en los establecimientos y el personal ocupado, lo que indica una mayor concentración

de capital en menos empresas y con menor personal, es decir una mayor productividad parcial del trabajo.

c. Dinámica terciaria.

En la década perdida el producto interno bruto terciario de la ZMG se incrementa a una tasa de 3.1%, menor a la estatal de 3.8%, pero muy por encima de la nacional de 2.3% (cuadro 4, 7 y A-10). En donde la mayor dinámica de la zona metropolitana proviene del comercio y servicios al consumidor, a un ritmo de crecimiento anual de 4.0%, a diferencia del productor de 1.8%. En las actividades al consumidor destaca el gran dinamismo del comercio de bienes de consumo inmediato que alcanza 9.9%, muy superior a cualquier otra actividad, tal vez impulsada por el periodo de crisis económica y el detrimento del salario mínimo, mientras que la segunda categoría más dinámica se encuentra del lado del productor en el comercio de bienes de capital e intermedios con 3.84%, la cual coincide en importancia con la estructura y participación a nivel estatal (cuadro 7).

Para 1993 se presenta un aumento en el crecimiento total del sector en el área metropolitana aumentando a 4.6%, sin embargo es el comercio y servicios al productor, el que presenta el mayor dinamismo entre 1988 y 1993 alcanzando una tasa de crecimiento anual de 11.3%, la cual es la máxima en todos los periodos analizados, proviniendo a partir de este momento el mayor crecimiento por parte de los servicios profesionales (cuadro 7).

Por su parte el comercio y servicios al consumidor, presenta una tasa decreciente de -1.0% anual, lo que indica la pérdida de importancia de este segmento, sobretodo por que la rama que le impregnaba mayor dinamismo que era el comercio de bienes de consumo inmediato, decrece a una tasa de -6.5% en ese periodo, aún cuando haya categorías con un mayor dinamismo, como lo son los servicios de consumo inmediato con una tasa anual de 4.2% y los servicios de consumo duradero con 6.0% anual (cuadro 7).

En la etapa de 1993 y 2003 el comercio y servicios al consumidor tiene la mayor tasa de crecimiento con 2.9% pero mantiene un porcentaje similar el comercio y servicios al productor con 2.4% (cuadro 7). Principalmente, en las actividades al consumidor son los servicios de consumo duradero los que tiene un mayor dinamismo

con 5.4%, mientras que en el rubro del productor la mayor tasa de crecimiento anual se encuentra en los servicios profesionales con un ritmo anual de 3.4% (cuadro 7).

La zona metropolitana de Guadalajara tiene una dinámica mayor que la nacional en los primeros dos periodos, perdiéndola para el ultimo lapso, en parte a la perdida de su dinámica de las categorías tradicionales o a la transferencia de esa dinámica hacia otras ciudades del sistema urbano del estado de Jalisco, dado que la entidad sigue conservando una mayor dinámica que la nacional en los tres periodos.

4. Vocación turística del sector servicios en la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta

La zona metropolitana de Puerto Vallarta (ZMPV) se localiza al noroeste del estado, concentra 3.2% de la población en 2000, se encuentra limitada en su acceso terrestre, por lo que las actividades industriales se han desarrollado escasamente y su vocación se dirige a la actividad turística por su ubicación geográfica, ocupando el segundo lugar como punto turístico en el estado, aspecto reforzado por el aumento del sector terciario, sobre todo en las ramas referentes a los servicios de consumo inmediato que incluyen restaurantes y hoteles.

a. Participación en el total estatal.

La zona metropolitana de Puerto Vallarta es la segunda área con mayor participación en el PIB terciario estatal. En 1980 concentra 4.4% del producto, 2.3% establecimientos y 4.2% del personal ocupado. Ostenta el segundo lugar en la entidad como polo turístico, consolidando sus actividades económicas, entorno a este aspecto.

Entre 1980 y 1988 el comercio y servicios al consumidor tiene la mayor participación en el producto, incrementando de 6.0% a 6.9%, en donde la más alta concentración del PIB terciario, proviene de los servicios de consumo inmediato, rubro que no es el principal, pero es el tercero a nivel estatal. Éste concentra entre 18.5% y 24.6% en este periodo, alrededor de seis veces más que cualquier otro rubro, comprendiendo los servicios referidos a la preparación de alimentos, recreación y hotelería (cuadro 8).

Cuadro 8
Zona metropolitana de Puerto Vallarta: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 1.3 | 2.1 | 2.9 | 4.4 | 3.3 | 1.5 | 4.5 | 4.1 | 5.4 | 6.3 | 2.1 | 3.5 | 3.0 | 7.9 | 3.9 |
| 1.-Servicios profesionales | 1.5 | 2.6 | 3.3 | 5.9 | 3.5 | 2.4 | 7.4 | 5.7 | 6.9 | 8.3 | 1.9 | 8.7 | 6.0 | 16.7 | 6.8 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 1.5 | 2.6 | 3.3 | 5.9 | 3.5 | 2.4 | 7.4 | 5.7 | 6.9 | 8.3 | 1.9 | 8.7 | 6.0 | 16.7 | 6.8 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.1 | 1.5 | 2.3 | 2.5 | 2.9 | 1.1 | 2.1 | 2.5 | 3.1 | 3.1 | 2.2 | 1.2 | 1.2 | 3.1 | 1.9 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.1 | 2.8 | 2.6 | 3.2 | 3.8 | 1.4 | 5.6 | 4.7 | 6.4 | 5.3 | 4.8 | 2.2 | 2.2 | 8.3 | 2.9 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1.1 | 1.1 | 2.3 | 2.3 | 2.6 | 0.7 | 0.6 | 1.0 | 1.5 | 1.7 | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 1.1 | 1.2 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 2.4 | 3.3 | 4.2 | 4.3 | 4.8 | 4.9 | 7.0 | 7.2 | 7.1 | 8.2 | 6.0 | 6.9 | 6.7 | 10.5 | 8.3 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.4 | 2.5 | 4.1 | 3.6 | 4.4 | 1.9 | 4.3 | 4.6 | 4.9 | 5.5 | 2.9 | 4.4 | 4.5 | 7.5 | 5.8 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 1.4 | 2.5 | 4.0 | 3.5 | 4.1 | 1.6 | 3.0 | 3.8 | 3.5 | 4.2 | 3.4 | 3.7 | 3.9 | 5.6 | 4.6 |
| 812 Supermercados | 3.0 | 5.0 | 11.4 | 8.7 | 16.1 | 3.5 | 12.1 | 11.0 | 13.4 | 12.4 | 2.5 | 7.2 | 7.1 | 20.4 | 9.8 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 1.9 | 1.3 | 3.7 | 2.8 | 4.3 | 2.9 | 1.6 | 3.0 | 2.6 | 4.5 | 1.3 | 0.2 | 1.5 | 1.8 | 4.7 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 3.5 | 4.5 | 5.8 | 5.2 | 5.8 | 13.3 | 18.7 | 18.3 | 15.7 | 19.6 | 18.5 | 24.6 | 19.7 | 24.7 | 22.2 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 3.3 | 4.3 | 5.6 | 5.4 | 6.2 | 6.0 | 8.7 | 14.8 | 10.4 | 10.0 | 6.2 | 7.2 | 19.3 | 14.1 | 12.7 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 2.0 | 2.1 | 4.7 | 4.4 | 5.3 | 3.1 | 2.0 | 3.8 | 4.9 | 6.2 | 4.9 | 2.4 | 4.2 | 14.8 | 6.4 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 2.1 | 3.2 | 4.6 | 3.2 | 1.9 | 1.1 | 3.1 | 5.3 | 3.2 | 9.0 | 1.2 | 1.3 | 7.9 | 5.6 | 10.6 |
| 824 Difusión e información | 5.2 | 3.5 | 5.5 | 3.9 | 7.5 | 5.0 | 3.6 | 4.2 | 5.8 | 5.5 | 1.1 | 2.6 | 3.4 | 1.6 | 4.9 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 12.4 | 20.5 | 18.1 | 18.1 | 17.4 | 37.3 | 49.0 | 47.6 | 47.7 | 65.5 | 40.3 | 48.1 | 32.7 | 94.6 | 45.8 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 3.6 | 4.2 | 4.3 | 4.9 | 5.2 | 3.1 | 3.8 | 4.1 | 4.9 | 5.0 | 3.1 | 3.4 | 3.5 | 5.1 | 5.1 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 3.7 | 4.4 | 4.5 | 5.1 | 5.3 | 2.9 | 4.0 | 4.2 | 5.1 | 5.1 | 4.8 | 3.6 | 3.7 | 5.5 | 5.2 |
| 832 Tiendas de departamentos | 4.5 | 4.2 | 1.8 | 2.3 | 7.4 | 1.9 | 2.3 | 2.5 | 5.5 | 7.5 | 0.5 | 2.0 | 1.2 | 9.4 | 9.1 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.1 | 2.4 | 2.5 | 2.7 | 3.5 | 4.4 | 2.7 | 3.6 | 3.3 | 3.6 | 1.5 | 2.9 | 3.5 | 2.8 | 3.5 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 2.1 | 2.1 | 3.0 | 3.4 | 3.6 | 1.5 | 1.8 | 2.6 | 3.1 | 3.3 | 1.4 | 2.2 | 2.3 | 3.3 | 2.9 |
| 841 Reparaciones | 2.2 | 2.2 | 2.8 | 3.5 | 3.9 | 2.0 | 2.0 | 2.7 | 3.1 | 4.0 | 2.1 | 2.5 | 2.7 | 3.2 | 3.8 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.1 | 2.2 | 2.8 | 2.9 | 2.8 | 0.9 | 1.1 | 1.9 | 2.7 | 2.9 | 0.6 | 2.0 | 1.7 | 2.2 | 2.2 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2.0 | 2.1 | 3.4 | 3.4 | 3.1 | 1.7 | 2.2 | 3.0 | 3.5 | 2.8 | 1.3 | 1.7 | 2.8 | 5.2 | 3.9 |
| Total | 2.3 | 3.2 | 4.1 | 4.3 | 4.6 | 4.3 | 6.5 | 6.4 | 6.6 | 7.6 | 4.4 | 5.6 | 4.8 | 9.1 | 6.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Con respecto a los servicios al productor encontramos que en 1980 tiene importancia el comercio de bienes de capital e intermedios con 2.2%, mientras que en 1988 son los servicios profesionales los que se incrementan a 8.7%, el aumento de los servicios profesionales es mayor debido a la falta de comunicaciones terrestres, que disminuyen el comercio de bienes hacia esta zona, en especial los referidos al comercio de equipo e insumos industriales. Es de notar que la ZMG, ha perdido participación en categorías importantes a nivel estatal, y otras zonas como la ZMPV, las han captado, tal es el caso del comercio de bienes de consumo duradero, que aumentan en su producto interno bruto así como en los establecimientos y personal ocupado.

En este periodo (1980-1988) las unidades económicas y el personal ocupado en las ramas más importantes ofrecen una productividad positiva, dado que ambos aumentan, mientras que su crecimiento mayor se observa en 1988. En la década analizada las unidades económicas referidas al comercio y servicios al consumidor aumentan de 2.4% a 3.3%, en donde el rubro de servicios de consumo inmediato comprende de 3.5% a 4.5%, destacándose sólo en 1980 una participación similar en el comercio de bienes de consumo duradero con 3.6% (cuadro 8). Mientras que con respecto al productor, los servicios profesionales aumentaron de 1.5% a 2.6%.

Por su parte el personal ocupado ofrece una perspectiva similar en el comercio y servicios al productor, en los servicios profesionales dado que amplían su participación de 2.4% a 7.4%. Por su parte el comercio y servicios al consumidor aumenta de 4.8% a 7.0%, abarcando los servicios de consumo inmediato de 13.3% a 18.6% (cuadro 8).

En el lapso comprendido entre 1988 y 1993 se observa una caída de la participación de la zona metropolitana dentro del estado. En donde el producto interno bruto del comercio y servicios al consumidor disminuye a 6.7%, siendo los servicios de consumo inmediato los que pierden participación decreciendo de 24.6% a 19.7% entre 1988 y 1993, cinco puntos porcentuales menos que en el periodo anterior. Lo mismo sucede en las actividades dirigidas al productor en donde los servicios profesionales bajan su concentración de 8.7% a 6.0% (cuadro 8). Este comportamiento de la ZMPV es congruente con el decremento de las actividades dirigidas al consumidor a nivel estatal como nacional a favor de las del productor, sin embargo el comercio y servicios al productor, al no ser determinante para el desarrollo de ésta área, presenta un comportamiento distinto al de la entidad, al no generar su crecimiento a partir del comercio de bienes de capital e intermedios.

Las unidades económicas como el personal ocupado se concentran en los mismos rubros que el producto interno bruto, con lo que se identifica una vocación coherente en la zona. Con respecto a su actividad principal que es el comercio y servicios al consumidor, se puede explicar que el aumento de la productividad observado dentro de los servicios de consumo inmediato se debe principalmente al aumento del empleo informal o de servicios de contratación externa que disminuyen los gastos en el sector, denotándose que los establecimientos de este rubro aumentan de 4.5% a 5.8% mientras que el empleo disminuye de 18.6% a 18.3% en este periodo (cuadro 8).

Entre 1993 y 2003, la participación del PIB terciario, de esta zona se incrementa de 4.8% a 6.0% de las actividades generadas en Jalisco. El incremento del producto interno bruto se genera tanto por el lado del productor aumenta de 5.9% a 6.8% en este lapso (cuadro 8). Lo que indica la ganancia de servicios productivos de otras zonas hacia esta entidad, dado que a nivel estatal el comercio y servicios al productor disminuyen en este periodo. Mientras que las del consumidor de la zona metropolitana de Puerto Vallarta ganan en participación del PIB estatal, de 6.7% a 8.3% (cuadro 8).

En 2003, los establecimientos y el empleo, incrementan su participación en el comercio y servicios al productor a 3.2% y a 6.3% respectivamente, mientras que los dirigidos al consumidor aumentan a 4.8% y a 8.1%, no visualizándose cambios en su productividad en las categorías principales (cuadro 8).

La importancia de esta zona metropolitana aumentó en los tres periodos de análisis de 4.4% en 1980 a 6.0% en 2003, alcanzado su participación máxima en 1998 con 9.0%. Se debe destacar que la concentración del PIB terciario equivale casi al doble de su población que es de 3.2% del total estatal. Claramente se define la vocación turística y de servicios de esta zona en los tres periodos y variables de análisis, en donde las actividades que destacan son los servicios profesionales y los servicios de consumo inmediato como son: la preparación de alimentos y bebidas, los servicios de aseo, de recreación y esparcimiento, hoteles, entre otros.

Al relacionar las características esta zona metropolitana con la teoría de los determinantes de la localización de los servicios, se obtiene, que existe una relación estrecha con respecto a la concentración de las actividades dirigidas al consumidor, sin embargo se debe resaltar, que la teoría no hace énfasis en la conformación urbana e histórica o las condiciones naturales lo que le imprime una diferenciación intrínseca en las características de cada zona metropolitana, en particular la presente.

b. Estructura terciaria.

Durante la década perdida el producto del comercio y servicios al consumidor conforman la mayor parte de la estructura, de 80.4% a 75.4%, obteniendo su mayor participación de los servicios de consumo inmediato que contemplan 42.4% en 1988, y crecen a una tasa de 4.0%, menor que otras categorías (cuadro 9 y 10). En este periodo, de reestructuración económica, este rubro abarca una proporción mayor que en otros periodos, pero siendo la ZMPV predominante en él no pierde su primacía en los siguientes periodos.

Por su parte los servicios al productor abarcan 10.0% en 1980, orientándose al comercio de bienes de capital e intermedios que cuentan con una participación en el producto interno bruto de 13.9%, conformados en su mayoría por el comercio al mayoreo, sin embargo presentan una tasa negativa de -4.1% en este periodo. En 1988 toman mayor importancia los servicios profesionales, constituyendo 19.0%. (cuadro 9 y 10). Se denota que el rubro de servicios al mayoreo crece a diferencia del comercio de bienes de capital e intermedios, dadas las condiciones de localización de esta zona metropolitana y el poco desarrollo industrial.

Los establecimientos del comercio y servicios al consumidor son considerablemente más altos que los del productor, conforman en la estructura de 94.2% a 93.8% en este lapso, observando una mayor distribución en el comercio de bienes de consumo duradero, los cuales incrementan su participación de 33.0% a 36.3% en esos años, debido a la importancia que toma este centro con respecto al acceso de las regiones circundantes hacia bienes para el hogar, tiendas de departamentos, entre otros. Sin embargo se observa que esta clase no es muy distante en participación de otras categorías como el comercio y servicios de consumo inmediato, que es la actividad que más participa esta zona en el ámbito estatal. Por el lado de las actividades dirigidas al productor, las unidades económicas de los servicios profesionales se incrementan de 3.3% a 4.2% (cuadro 9).

El empleo por su parte es congruente con el comportamiento de la zona, dado que se concentra en el comercio y servicios al consumidor disminuyendo de 94.0% a 86.0% entre 1980 y 1988, teniendo su participación primordial en los servicios de consumo inmediato, con un personal ocupado de 61.4% que decrece a 53.3% en este periodo.

Cuadro 9
Zona metropolitana de Puerto Vallarta: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 5.8 | 6.2 | 7.5 | 12.8 | 7.7 | 5.9 | 14.0 | 15.0 | 26.2 | 23.8 | 19.6 | 24.6 | 31.6 | 49.0 | 32.5 |
| 1.-Servicios profesionales | 3.3 | 4.2 | 4.9 | 9.6 | 5.2 | 2.9 | 10.4 | 10.2 | 20.4 | 19.4 | 5.7 | 19.0 | 23.2 | 36.4 | 22.7 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 3.3 | 4.2 | 4.9 | 9.6 | 5.2 | 2.9 | 10.4 | 10.2 | 20.4 | 19.4 | 5.7 | 19.0 | 23.2 | 36.4 | 22.7 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 2.5 | 2.0 | 2.5 | 3.2 | 2.5 | 3.0 | 3.7 | 4.9 | 5.7 | 4.4 | 13.9 | 5.6 | 8.4 | 12.6 | 9.8 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.1 | 0.8 | 0.7 | 0.9 | 0.7 | 1.9 | 3.0 | 3.7 | 3.8 | 2.9 | 13.1 | 4.5 | 7.0 | 9.3 | 6.4 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1.4 | 1.1 | 1.9 | 2.3 | 1.7 | 1.1 | 0.7 | 1.2 | 1.9 | 1.5 | 0.8 | 1.1 | 1.4 | 3.3 | 3.4 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 94.2 | 93.8 | 92.5 | 87.2 | 92.3 | 94.1 | 86.0 | 85.0 | 73.8 | 76.2 | 80.4 | 75.4 | 68.4 | 51.0 | 67.5 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 23.5 | 26.6 | 32.6 | 24.9 | 27.3 | 10.5 | 13.7 | 15.1 | 13.5 | 13.5 | 8.0 | 15.0 | 11.0 | 8.0 | 11.4 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 22.8 | 25.7 | 31.2 | 23.1 | 24.6 | 7.7 | 7.9 | 10.6 | 8.1 | 7.9 | 5.6 | 7.8 | 6.2 | 4.0 | 5.5 |
| 812 Supermercados | 0.4 | 0.8 | 1.2 | 1.7 | 2.3 | 2.2 | 5.7 | 4.1 | 5.1 | 4.7 | 1.9 | 7.1 | 4.5 | 3.7 | 4.2 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.2 | 0.3 | 0.3 | 0.8 | 0.5 | 0.1 | 0.3 | 0.3 | 1.6 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 25.8 | 20.5 | 21.1 | 19.6 | 21.1 | 61.4 | 53.3 | 49.6 | 39.2 | 42.5 | 51.1 | 42.4 | 39.0 | 31.6 | 36.2 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 14.5 | 12.2 | 13.1 | 11.9 | 13.6 | 13.4 | 11.8 | 22.9 | 15.1 | 12.6 | 5.5 | 4.7 | 21.2 | 4.7 | 8.6 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.7 | 2.3 | 3.8 | 4.4 | 5.1 | 1.8 | 0.6 | 1.2 | 1.5 | 1.5 | 0.9 | 0.3 | 0.6 | 0.5 | 0.6 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.2 | 1.0 | 1.6 | 1.2 | 0.6 | 0.3 | 0.8 | 1.2 | 0.7 | 1.8 | 0.2 | 0.1 | 1.4 | 0.6 | 1.9 |
| 824 Difusión e información | 0.9 | 0.4 | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 1.4 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | 0.3 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.9 | 0.7 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 5.5 | 4.6 | 2.3 | 2.0 | 1.8 | 44.5 | 39.6 | 23.8 | 21.4 | 26.3 | 44.0 | 37.1 | 15.4 | 24.9 | 24.4 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 33.1 | 36.4 | 27.6 | 29.5 | 32.8 | 16.2 | 14.7 | 14.3 | 14.3 | 14.2 | 18.4 | 15.4 | 14.7 | 9.0 | 15.4 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 31.5 | 34.8 | 26.3 | 28.3 | 31.2 | 12.2 | 13.0 | 12.3 | 12.5 | 12.0 | 14.4 | 12.3 | 11.3 | 7.0 | 11.3 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.8 | 0.3 | 0.3 | 0.7 | 0.8 | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 1.0 | 1.9 |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.4 | 1.5 | 1.2 | 1.1 | 1.6 | 3.2 | 1.4 | 1.6 | 1.1 | 1.4 | 3.8 | 2.7 | 3.1 | 1.1 | 2.3 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 11.8 | 10.3 | 11.2 | 13.3 | 11.1 | 6.0 | 4.3 | 6.0 | 6.9 | 6.0 | 2.8 | 2.6 | 3.7 | 2.4 | 4.5 |
| 841 Reparaciones | 8.2 | 6.9 | 6.8 | 8.3 | 7.5 | 3.2 | 2.3 | 3.1 | 3.1 | 2.8 | 1.8 | 1.4 | 1.5 | 1.0 | 1.4 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.4 | 0.6 | 0.7 | 0.9 | 0.8 | 1.4 | 0.7 | 1.2 | 1.7 | 2.0 | 0.4 | 0.7 | 1.1 | 0.6 | 1.9 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 3.2 | 2.8 | 3.7 | 4.1 | 2.8 | 1.4 | 1.2 | 1.7 | 2.1 | 1.3 | 0.6 | 0.5 | 1.0 | 0.8 | 1.2 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 10
Zona metropolitana de Puerto Vallarta: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|--------------|------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 93-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 93-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 9.2 | 20.3 | 18.2 | -7.1 | 4.8 | 24.1 | 10.1 | 19.2 | 6.8 | 12.8 | 10.0 | 5.6 | 28.5 | -12.8 | 5.8 |
| 1.-Servicios profesionales | 11.6 | 19.5 | 21.3 | -8.9 | 5.1 | 30.6 | 8.1 | 22.6 | 7.8 | 15.0 | 24.2 | 4.5 | 28.8 | -13.9 | 5.3 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 11.6 | 19.5 | 21.3 | -8.9 | 5.1 | 30.6 | 8.1 | 22.6 | 7.8 | 15.0 | 24.2 | 4.5 | 28.8 | -13.9 | 5.3 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 5.2 | 22.2 | 11.1 | -2.3 | 4.2 | 14.1 | 14.9 | 10.3 | 3.3 | 6.7 | -4.6 | 9.1 | 27.5 | -10.0 | 7.1 |
| 731 Comercio al mayoreo | 4.9 | 11.0 | 11.6 | -1.0 | 5.1 | 17.4 | 13.4 | 7.5 | 3.0 | 5.3 | -6.4 | 9.8 | 24.6 | -12.1 | 4.6 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 5.4 | 28.6 | 10.9 | -2.8 | 3.8 | 5.5 | 20.7 | 17.6 | 3.7 | 10.4 | 10.6 | 6.0 | 39.0 | -4.8 | 15.0 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 8.2 | 15.5 | 4.9 | 4.0 | 4.5 | 10.1 | 8.3 | 3.7 | 9.5 | 6.6 | 6.1 | -1.5 | 11.0 | 0.1 | 5.4 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 10.0 | 20.6 | 0.6 | 4.7 | 2.7 | 15.2 | 10.6 | 4.4 | 8.8 | 6.6 | 15.6 | -5.5 | 10.3 | 1.6 | 5.9 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 9.9 | 20.5 | 0.0 | 4.1 | 2.0 | 11.5 | 15.4 | 1.0 | 8.4 | 4.6 | 11.5 | -3.9 | 7.5 | 1.2 | 4.3 |
| 812 Supermercados | 17.6 | 24.6 | 13.6 | 9.6 | 11.6 | 25.4 | 1.7 | 11.5 | 7.1 | 9.3 | 25.8 | -8.6 | 13.4 | -2.6 | 5.1 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | -4.9 | 32.0 | 0.0 | 29.4 | 13.7 | -3.7 | 21.8 | 5.8 | 33.9 | 19.0 | -15.1 | 34.5 | 16.3 | 30.1 | 23.0 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 5.2 | 16.5 | 4.6 | 4.4 | 4.5 | 9.4 | 7.0 | 1.7 | 10.7 | 6.1 | 4.5 | -1.3 | 12.9 | -2.7 | 4.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 6.0 | 17.5 | 4.1 | 5.6 | 4.9 | 9.6 | 24.0 | -1.9 | 5.0 | 1.5 | 4.6 | 36.0 | -12.8 | 6.7 | -3.5 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.8 | 28.3 | 9.7 | 5.6 | 7.7 | -3.1 | 24.8 | 12.3 | 7.8 | 10.1 | -6.2 | 13.9 | 14.2 | -3.9 | 4.8 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 6.8 | 26.1 | 0.5 | -10.3 | -5.1 | 22.7 | 19.2 | -3.9 | 31.2 | 12.3 | -0.2 | 62.7 | -2.2 | 20.8 | 8.7 |
| 824 Difusión e información | -2.1 | 6.4 | 1.3 | 2.4 | 1.8 | -0.5 | 7.3 | 1.4 | 4.0 | 2.7 | -5.4 | 10.4 | 51.0 | -8.6 | 17.5 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 5.8 | 1.1 | 3.5 | 0.1 | 1.8 | 9.8 | -1.9 | 4.4 | 13.4 | 8.8 | 4.7 | -15.8 | 29.5 | -5.7 | 10.5 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 9.5 | 9.7 | 7.6 | 5.1 | 6.3 | 10.0 | 8.0 | 6.6 | 8.7 | 7.7 | 4.6 | -0.5 | 6.8 | 5.3 | 6.1 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 9.6 | 9.6 | 7.8 | 4.8 | 6.3 | 12.3 | 7.4 | 7.0 | 7.9 | 7.5 | 4.9 | -1.4 | 6.9 | 4.3 | 5.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.0 | 5.9 | 8.4 | 3.1 | 5.8 | -2.9 | 13.3 | 21.7 | 12.8 | 17.2 | 12.2 | 2.0 | 41.8 | 7.6 | 23.5 |
| 833 Automotrices y autopartes | 9.1 | 10.6 | 5.9 | 9.5 | 7.7 | 0.1 | 12.4 | -1.8 | 14.4 | 6.0 | 2.7 | 2.8 | -4.0 | 9.4 | 2.5 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 6.4 | 17.8 | 9.7 | -0.7 | 4.4 | 6.7 | 16.5 | 9.6 | 6.0 | 7.7 | 6.0 | 7.2 | 8.2 | 7.2 | 7.7 |
| 841 Reparaciones | 5.9 | 15.7 | 10.4 | 0.9 | 5.5 | 6.7 | 15.4 | 6.7 | 6.3 | 6.5 | 3.3 | 2.4 | 8.7 | 0.9 | 4.7 |
| 842 Educación y cultura privados | 13.0 | 19.5 | 11.1 | 0.0 | 5.4 | 2.6 | 19.6 | 14.1 | 13.0 | 13.5 | 16.2 | 10.2 | 2.8 | 19.7 | 10.9 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 6.7 | 22.1 | 8.3 | -4.7 | 1.6 | 9.9 | 16.6 | 11.0 | -1.9 | 4.4 | 4.7 | 13.5 | 12.7 | 2.5 | 7.5 |
| Total | 8.3 | 15.9 | 6.2 | 2.8 | 4.5 | 11.3 | 8.6 | 6.7 | 8.9 | 7.8 | 6.9 | 0.4 | 17.7 | -5.3 | 5.6 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Mientras que los del productor comprenden de 5.9% a 14.0% de la estructura, siendo los servicios profesionales los que concentran de 2.9% a 10.4% en los mismos años (cuadro 9).

En este lapso mantendrán relevancia las mismas categorías, aumentando el comercio y servicios al productor a 31.6%, con una tasa de crecimiento anual de 5.6%, en donde los servicios profesionales llegan a conformar 23.2% de la estructura, creciendo a un ritmo anual de 4.5% (cuadro 9 y 10). Por su lado las actividades al consumidor disminuyen su crecimiento en -5.54% anual, lo que indica una menor participación de los servicios de consumo inmediato que comprenden 39.0% para 1993, contando estos con un crecimiento negativo de -1.3% (cuadro 9 y 10). En este sentido es viable suponer que al ser las actividades preponderantes de esta zona las del consumidor, su estructura disminuye en importancia en este rubro dado que a nivel global esta categoría pierde importancia con la reestructuración económica, en donde las actividades predominantes se dirigen al comercio y servicios al productor.

Entre 1988 y 1993 los establecimientos al consumidor ocupan de 93.8% a 92.5% de la estructura, observándose un incremento en las unidades del comercio de bienes de consumo inmediato que conforman 32.5% en 1993. Por otra parte, los establecimientos de servicios inmediatos, aumentan su productividad dado que se incrementan de 20.5% a 21.1%, mientras que su personal ocupado decrece de 53.3% a 42.6%, dándole la razón al incremento de la informalidad en el sector terciario (cuadro 9 y 10). Por el lado del comercio y servicios al productor las unidades conforman en la estructura de 6.2% a 7.5% de la estructura, en donde los servicios profesionales abarcan de 4.2% a 4.9%, observándose un aumento en su productividad dado que disminuye el personal ocupado de 10.3% a 10.1% entre 1988 y 1993 (cuadro 9 y 10).

En el periodo de recuperación-recesión (1993-2003), la pérdida de importancia del comercio y servicios al consumidor en la ZMPV, se debe a una desconcentración del PIB terciario, hacia otras ciudades del sistema urbano, dado que a nivel estatal el comercio y servicios al consumidor aumenta de 48.9% a 49.1% (cuadro 3), mientras que en la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta disminuye de 68.3% a 67.5% en este periodo (cuadro 8). Se destaca una mayor concentración del producto, del comercio y servicios al consumidor de la ZMPV con respecto a la del estado, lo que indica su predominio en esta actividad aún cuando el comercio y servicios al consumidor haya disminuido en la entidad.

Por su parte la categoría más importante en el comercio y servicios al consumidor, que son los servicios de consumo inmediato, disminuyen su concentración en el producto a 36.2%, debido a que sufre un crecimiento negativo de -2.7% de 1998 a 2003. Por su parte el comercio y servicios al productor engloba 32.4% de la estructura en 2003, conservando la principal captación por los servicios profesionales con 22.7% con un incremento anual de 5.8% (cuadro 9 y 10).

En 2003, las unidades económicas conservan su supremacía en el comercio y servicios al consumidor conformando 92.3%, con una participación similar desde 1993.

En donde el comercio de bienes de consumo duradero aumenta su productividad, cuando los establecimientos comprenden de 27.6% a 32.8% entre 1993 y 2003, mientras que el personal ocupado desciende de 14.3% a 14.2%. Por su parte el personal ocupado de los servicios de consumo inmediato aumenta su productividad al disminuir su concentración de 49.6% a 42.5% en ese periodo, mientras que las unidades económicas de esa categoría se mantienen estables en 2.1% (cuadro 10).

Por su parte el comercio y servicios al productor no muestra indicios de productividad tan evidente, dado que el empleo aumenta su participación en este lapso de 15.0% a 23.8%, mientras que las unidades económicas abarcan de 7.5% a 7.7% (cuadro 9).

La ZMPV no deja de incrementar su importancia en el ámbito estatal, su estructura muestra características distintivas dadas por su localización y sus condiciones urbanas, mantiene un comportamiento similar en las tres variables analizadas, congruente con su principal motor económico que es el comercio y servicios al consumidor, en su categoría preponderante que son los servicios de consumo inmediato, dada la vocación turística de la zona. Es evidente que el modelo adoptado a partir de las crisis de los ochenta ha tendido a reorientar su estructura interna al incrementar su comercio y servicios al productor en el área de servicios profesionales.

c. Dinámica terciaria.

Entre 1980 y 1988, el sector terciario tiene su mayor dinamismo incrementándose a una tasa anual de 6.9% mucho mayor que la estatal de 3.8% (cuadro 10). Es evidente que esta zona metropolitana sufre una transformación en este periodo dado que las actividades al consumidor tienen una fuerza importante al crecer en 6.0% anual, mientras que el papel de la reestructuración asigna al comercio y servicios al productor,

una mayor importancia cuando estos alcanzan un dinamismo de 9.9%. Entre las actividades más dinámicas del comercio y servicios al productor resaltan los servicios profesionales con 24.6% mientras que en las dirigidas al consumidor destaca el comercio de bienes de consumo inmediato con una tasa de 15.6%, esta última la segunda categoría en el comercio y servicios al consumidor que más aporta a Jalisco (cuadro 10).

De 1988 a 1993 continua el mayor dinamismo en las actividades al productor con 5.6%, en esta época el comercio de bienes de capital e intermedios es el que toma fuerza con una tasa anual de 9.0%, sin embargo este rubro no se consolida en la estructura del producto, dadas las características y el enfoque económico de esta zona metropolitana. Por su parte los servicios de consumo duradero alcanzan un crecimiento de 7.2% anual en el área del consumidor que pierde dinamismo, dado que toman importancia tanto en su estructura como en la concentración que estos representan a nivel estatal, a medida que avanzan los periodos, tal vez debido a que esta zona metropolitana se consolida cada vez mas como un centro concentrador de servicios en este caso de infraestructura relacionada con la educación y salud (cuadro 10).

En este periodo casi se equipara el dinamismo en el comercio y servicios al productor que aumenta a 5.8% con el incremento anual de 5.4% del comercio y servicios al consumidor. Recuperándose en gran medida cuando en este lapso Jalisco pierde importancia en el comercio y servicios al productor, cuando disminuye de 51% a 50.8%, ganándola en los dirigidos al consumidor que varía entre 48.9% a 49.1% (cuadro 10). Es de notar que el comercio de equipo e insumos industriales son los de mayor dinamismo con 15.0% anual entre 1993 y 2003, sin embargo su aumento en la estructura es mínima debido a su escasa aportación del 3.3% en el mismo año. Por su parte la categoría mas dinámica en las actividades dirigidas al consumidor son los servicios de consumo duradero, adoptando un dinamismo en este lapso de 7.7%, mayor que el dinamismo estatal de 5.6% (cuadro 10).

El cambio de modelo económico orientado al comercio y servicios al productor ha aumentado el dinamismo de esta zona metropolitana dado que además de concentrar un alto porcentaje de comercio y servicios al consumidor, incrementó su concentración en el comercio y servicios al productor, en especial en los servicios profesionales, dadas sus limitadas condiciones para consolidar el sector industrial. Es de notar que las actividades dirigidas al consumidor de los servicios consumo duradero, son los que tienen un mayor dinamismo, sin embargo no son los principales, ni en su estructura, ni

en la participación que esta zona tiene a nivel estatal. En principio se supone, que en la región existe una carencia de estos servicios (educación y salud), por lo que acrecientan su desarrollo en Puerto Vallarta, al consolidarse esta zona urbana como el segundo foco económico más importante del estado.

5. Cambio estructural de los servicios en la Zona Metropolitana de Ocotlán

La zona metropolitana de Ocotlán (ZMO) concentra 2% de la población jalisiense en 2000, es favorecida en su ubicación, por la cercanía a la ZMG, teniendo acceso a una adecuada infraestructura, mano de obra calificada, y otros servicios que apoyan las actividades desarrolladas a su interior. Por lo que ha observado un importante crecimiento en los últimos años, aún cuando su actividad terciaria aporta una porción menor al producto que otras ciudades de Jalisco.

a. Participación en el total estatal.

En 1980, la zona metropolitana de Ocotlán concentra 0.6% del producto interno bruto, 1.8% de los establecimientos y 1.2% del personal ocupado, de la actividad económica generada en Jalisco. En este año, la participación económica en el producto interno bruto, de la ZMO es la menor con respecto a las otras zonas analizadas del estado (cuadro 11).

Entre 1980 y 1988, al igual que el estado, la ZMO incrementa su participación en el producto interno bruto, en el comercio y servicios al consumidor aumentando de 0.7% a 1.0% en este periodo, siendo su actividad preponderante el comercio de bienes de consumo inmediato, comprendiendo 1.0% (cuadro 11). Es de suponer que las funciones dirigidas al consumidor son las que caracterizan a esta zona urbana, dada su cercanía a una gran concentradora de servicios al productor como lo es la ZMG.

Por su parte el comercio y servicios al productor acopian de 0.4% a 0.2% del PIB estatal, su comportamiento se explica por el decremento del comercio de bienes de capital, la cual es la categoría en la que más participa Jalisco a nivel nacional, sin embargo, la que aumenta su participación es la categoría de servicios profesionales que concentra de 0.1% a 0.3% (cuadro 11).

Cuadro 11
Zona metropolitana de Ocotlán: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 1.0 | 1.7 | 1.8 | 1.7 | 1.7 | 0.7 | 0.9 | 1.0 | 1.0 | 1.3 | 0.4 | 0.2 | 0.6 | 0.9 | 1.3 |
| 1.-Servicios profesionales | 0.4 | 1.4 | 2.0 | 1.5 | 1.7 | 0.6 | 0.9 | 1.0 | 0.8 | 0.9 | 0.1 | 0.3 | 0.6 | 1.0 | 1.6 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 0.4 | 1.4 | 2.0 | 1.5 | 1.7 | 0.6 | 0.9 | 1.0 | 0.8 | 0.9 | 0.1 | 0.3 | 0.6 | 1.0 | 1.6 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.7 | 2.2 | 1.4 | 1.9 | 1.7 | 0.8 | 0.9 | 1.1 | 1.3 | 1.9 | 0.5 | 0.1 | 0.5 | 0.8 | 1.1 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.0 | 4.8 | 1.7 | 1.0 | 1.3 | 0.5 | 1.7 | 1.2 | 1.3 | 1.6 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.7 | 1.4 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 2.2 | 1.4 | 1.4 | 2.1 | 1.8 | 1.1 | 0.6 | 1.0 | 1.3 | 2.0 | 0.5 | 0.1 | 0.5 | 0.8 | 0.9 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1.9 | 2.2 | 2.5 | 2.3 | 2.3 | 1.3 | 1.6 | 1.8 | 1.7 | 1.6 | 0.7 | 1.0 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.9 | 2.6 | 3.0 | 2.6 | 2.7 | 1.6 | 2.1 | 2.4 | 2.1 | 1.9 | 1.0 | 1.0 | 1.9 | 1.8 | 1.7 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 1.9 | 2.6 | 3.0 | 2.6 | 2.7 | 1.8 | 2.4 | 2.7 | 2.4 | 2.3 | 0.9 | 1.6 | 1.7 | 2.3 | 1.9 |
| 812 Supermercados | n.d | 2.7 | 2.4 | 1.2 | 1.9 | n.d | 0.4 | 0.5 | 0.6 | 0.5 | n.d | 0.0 | 0.1 | 0.6 | 1.5 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 6.2 | 5.3 | 3.3 | 2.5 | 1.2 | 3.0 | 2.1 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 3.6 | 0.3 | 7.7 | 0.8 | 1.2 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 2.0 | 1.6 | 1.9 | 1.9 | 1.6 | 1.2 | 1.0 | 1.3 | 1.4 | 1.2 | 1.0 | 0.6 | 0.7 | 1.2 | 0.7 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 2.2 | 1.4 | 1.8 | 1.7 | 1.5 | 1.6 | 1.3 | 1.7 | 1.6 | 1.4 | 1.9 | 0.9 | 0.9 | 1.2 | 0.9 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.4 | 2.0 | 2.2 | 2.0 | 1.5 | 1.0 | 1.5 | 1.6 | 1.8 | 1.7 | 1.5 | 1.1 | 1.4 | 1.9 | 1.4 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 2.8 | 1.7 | 2.1 | 2.4 | 2.6 | 1.1 | 0.7 | 1.3 | 1.6 | 1.2 | 1.0 | 1.6 | 0.5 | 0.6 | 0.5 |
| 824 Difusión e información | 1.6 | 1.9 | 1.5 | 3.2 | 1.7 | 1.4 | 1.6 | 0.8 | 1.5 | 1.3 | 0.9 | 1.2 | 0.7 | 1.8 | 1.7 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 1.5 | 1.7 | 1.7 | 2.5 | 2.0 | 0.6 | 0.2 | 0.3 | 0.6 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.2 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 2.1 | 2.1 | 2.3 | 2.3 | 2.4 | 1.3 | 1.5 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | 0.5 | 1.2 | 1.0 | 1.0 | 1.2 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 2.1 | 2.1 | 2.3 | 2.3 | 2.4 | 1.5 | 1.6 | 1.7 | 1.7 | 1.8 | 0.5 | 0.7 | 1.0 | 1.1 | 1.3 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 1.4 | 0.5 | 0.4 | 1.1 | n.d | 0.8 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | n.d | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.5 | 1.4 | 1.5 | 2.0 | 1.8 | 0.9 | 1.1 | 1.9 | 2.4 | 1.5 | 0.6 | 3.4 | 1.3 | 0.9 | 1.6 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 1.6 | 2.0 | 2.3 | 2.1 | 2.3 | 1.1 | 1.6 | 1.7 | 1.6 | 1.5 | 0.6 | 1.2 | 1.1 | 1.0 | 0.9 |
| 841 Reparaciones | 1.7 | 2.1 | 2.3 | 2.2 | 2.4 | 1.3 | 1.6 | 1.8 | 1.7 | 1.7 | 0.8 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.3 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.5 | 2.2 | 2.8 | 2.2 | 2.0 | 0.9 | 1.4 | 1.1 | 1.3 | 0.9 | 0.7 | 1.1 | 1.0 | 0.7 | 0.5 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 1.2 | 1.5 | 2.2 | 2.0 | 2.0 | 0.9 | 1.7 | 2.0 | 1.7 | 2.0 | 0.4 | 1.1 | 1.0 | 1.2 | 1.6 |
| Total | 1.8 | 2.1 | 2.4 | 2.2 | 2.3 | 1.2 | 1.4 | 1.6 | 1.5 | 1.5 | 0.6 | 0.7 | 0.9 | 1.0 | 1.2 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Entre 1980 y 1988, el comercio y servicios al consumidor destacan, al comprender entre 1.9% y 2.2% de las unidades económicas. En 1980 la mayor proporción de los establecimientos proviene de los bienes de consumo inmediato que abarcan 1.9%, en los servicios de consumo inmediato con 2.0% y en el comercio de bienes de consumo duradero de 2.1%. Para 1988 sobresale el incremento de los establecimientos de consumo inmediato, que aumenta a 2.6% (cuadro 11). Es de notar que en el comercio y servicios al productor, se enfoca al comercio de bienes de capital e intermedios, en donde esta categoría es la que más aporta al PIB nacional, dentro del comercio y servicios al productor.

En el caso del personal ocupado, las actividades dirigidas al consumidor son las de mayor importancia, aumentando el empleo, en el comercio de bienes de consumo de 1.6% a 2.1%, mientras que en el comercio y servicios al productor el empleo del comercio de bienes de capital e intermedios se incrementa de 0.8% a 0.9% (cuadro 11).

El periodo de recuperación relativa (1988-1993) se caracteriza por el aumento de la concentración de las actividades económicas dirigidas tanto al consumidor como al productor en la ZMO, en un momento en que la importancia principal en las funciones económicas de Jalisco esta siendo dirigida al comercio y servicios al productor debido a los cambios estructurales que se han realizado en la economía mexicana. Las actividades con mayor participación en el producto, son el comercio y servicios al consumidor, en donde se encuentra: el comercio de bienes de consumo inmediato, que aumenta su participación a 1.9% en 1993, proporción dos veces mayor que otras categorías (cuadro 11). Por su parte las dos actividades que conforman el comercio y servicios al productor participan en la misma proporción de 0.5%, al incrementar ambas su importancia a nivel estatal.

Destacan en este periodo, las unidades económicas, referidas al productor en la categoría del comercio de bienes de capital e intermedios al disminuir su productividad dado que decrece su número de establecimientos entre 1988 y 1993 de 2.2% a 1.4%, mientras que su población ocupada aumenta de 0.9% a 1.0%. No ocurriendo ello en el comercio y servicios, dado que las unidades económicas aumentan a 3.0% en 1993 y su personal en 2.4% en el mismo año (cuadro 11).

En 2003, la participación en el producto de esta zona dentro del estado, se incrementa a 1.2%, sobrepasando la concentración de ciudades como Lagos de Moreno con 1.0%, que un principio tenían una mayor participación que esta zona urbana.

En el transcurso entre 1993 y 2003, el PIB terciario de mayor participación es el comercio y servicios al productor, siendo el comercio de bienes de capital, la categoría que incrementa su participación en el producto, sin embargo no es la más importante, dado que son los servicios profesionales, los que aumentan en mayor proporción, de 0.5% a 1.3%, en dicho periodo. Por el lado del comercio y servicios al consumidor existe un decremento en la concentración del comercio de bienes de consumo inmediato alcanzando la cifra de 1.7% para 2003 (cuadro 11).

En estos años, los establecimientos referidos a los servicios profesionales mantienen la mayor concentración en las actividades del productor respectivamente 2.0% y 1.7% entre 1993 y 2003. Mientras que los establecimientos al consumidor en los bienes de consumo inmediato alcanzan entre 2.9% y 2.7% en este periodo (cuadro 11).

El personal ocupado mantiene una participación creciente en los servicios profesionales abarcando de 1.1 % a 1.9%, mientras que el rubro dedicado al consumidor de bienes de consumo inmediato disminuye de 2.4% a 1.9% entre 1993 y 2003 (cuadro 11).

La participación en el producto, de esta zona urbana hacia el ámbito estatal, se concentra principalmente en las actividades dirigidas al consumidor entre 1980 y 1993, principalmente en el comercio de bienes de consumo inmediato, el cual es la segunda categoría en importancia dentro del comercio y servicios al consumidor, que mayor participación tiene a nivel estatal en la aportación al producto interno bruto terciario del país. Para el último periodo esta zona, no reduce su participación en el comercio y servicios al productor, como el país, inducido por el fenómeno de recuperación y recesión, por su parte la ZMO aumenta su concentración en las actividades del comercio y servicios al productor lo que le dota de una mayor importancia a nivel del sistema urbano, cuando en el contexto estatal estas actividades pierden participación en el PIB, debido principalmente a la desaceleración económica de los Estados Unidos. Siendo en este último periodo cuando la ZMO, alcanza su mayor participación, en sus tres variables: producto, empleo y establecimientos, dentro del estado.

b. Estructura terciaria.

De 1980 a 1988 es visible el predominio del comercio y servicios al consumidor el cual conforma entre 73.7% y 89.4% de la estructura del sector, incrementándose a una tasa

anual de 9.0%, mucho mayor que el dinamismo estatal de 4.2%, y el nacional de 2.7% (cuadro 12,13 y A-10).

En 1980 es visible la armónica participación de las categorías enfocadas al consumidor, dado que tres de ellas aportan alrededor de 21%, siendo éstas: la del comercio de bienes de consumo inmediato (la cual tiene una mayor representación en el producto con respecto al nivel estatal), los servicios de consumo inmediato y la del comercio de bienes de consumo duradero. Sin embargo ocho años después la rama influyente es la del comercio de bienes de consumo duradero, dado que crece a una tasa de 16.6%, cifra superior a cualquier otra categoría, por lo que abarca 44.1% de las actividades dirigidas al consumidor, actividad que es fundamental en la estructura del estado de Jalisco y que mantiene un crecimiento positivo. Se observa que el comercio de bienes de consumo inmediato aumenta su fuerza, pero sin ser la categoría preeminente, esta incrementa su participación en el producto a 26.3% dado que su tasa de crecimiento anual es de 9.4% (cuadro 12 y 13).

Por su parte el comercio y servicios al productor sufre un decremento de 26.3% a 10.6% entre 1980 y 1988, siendo el comercio de bienes de capital e intermedios, los más importantes en el primer año con 24.2%, reduciéndose a 5.5% en el segundo, al registrar una tasa negativa de -11.4%. Tal vez este comportamiento se debe al periodo de crisis, en donde las actividades productivas sufrieron pérdidas, sin embargo se observa la preeminencia de esta categoría, siendo la principal en el estado en el rubro al productor. En 1988 son los servicios profesionales los que alcanzan una participación similar de 5.0%, creciendo a una tasa de 18.8% anual (cuadro 12 y 13).

En el periodo de 1980-1988, los establecimientos varían de 94.3% a 92.3% en el comercio y servicios al consumidor, con un fuerte predominio en el comercio de bienes de consumo inmediato, los cuales abarcan de 40.1% a 41.0%. Por su parte las unidades referidas al productor, se agrupan en el comercio de bienes de capital e intermedios conformando de 4.6% a 4.2% (cuadro 12 y 13).

El empleo esta menos concentrado en el comercio y servicios al consumidor, tal vez indicador del cambio que se hace en la estructura productiva orientándose con mayor intensidad hacia el productor en mayor proporción en el comercio de bienes de capital e intermedios comprendiendo de 8.1% a 7.3% en este lapso, mientras que en el consumidor, el comercio de bienes de consumo inmediato abarca 31.3% de la población ocupada (cuadro 12 y 13).

Cuadro 12
Zona metropolitana de Ocotlán: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 5.7 | 7.6 | 7.8 | 9.5 | 8.1 | 10.5 | 12.8 | 15.3 | 21.1 | 24.3 | 26.3 | 10.6 | 32.9 | 47.0 | 53.0 |
| 1.-Servicios profesionales | 1.1 | 3.4 | 5.1 | 4.8 | 5.2 | 2.4 | 5.5 | 7.0 | 10.4 | 10.9 | 2.1 | 5.0 | 12.1 | 20.1 | 25.4 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 1.1 | 3.4 | 5.1 | 4.8 | 5.2 | 2.4 | 5.5 | 7.0 | 10.4 | 10.9 | 2.1 | 5.0 | 12.1 | 20.1 | 25.4 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 4.6 | 4.2 | 2.7 | 4.7 | 3.0 | 8.1 | 7.3 | 8.3 | 10.7 | 13.4 | 24.2 | 5.5 | 20.8 | 27.0 | 27.7 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.2 | 2.1 | 0.8 | 0.6 | 0.5 | 2.6 | 4.1 | 3.8 | 3.4 | 4.6 | 11.6 | 2.8 | 10.5 | 7.3 | 14.7 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 3.4 | 2.1 | 1.9 | 4.1 | 2.4 | 5.5 | 3.2 | 4.5 | 7.3 | 8.9 | 12.6 | 2.7 | 10.3 | 19.6 | 13.0 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 94.3 | 92.4 | 92.2 | 90.5 | 91.9 | 89.5 | 87.2 | 84.7 | 78.9 | 75.7 | 73.7 | 89.4 | 67.1 | 53.0 | 47.0 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 40.1 | 41.0 | 40.7 | 34.5 | 34.5 | 31.3 | 31.4 | 31.5 | 26.0 | 24.0 | 21.1 | 26.3 | 26.0 | 16.8 | 16.2 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 39.2 | 39.8 | 40.0 | 33.9 | 33.7 | 29.4 | 29.4 | 30.2 | 24.3 | 21.7 | 10.7 | 25.3 | 15.5 | 14.6 | 11.0 |
| 812 Supermercados | n.d | 0.7 | 0.4 | 0.5 | 0.6 | n.d | 1.0 | 0.7 | 1.0 | 1.0 | n.d | 0.2 | 0.5 | 1.0 | 3.2 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.9 | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 1.9 | 1.0 | 0.6 | 0.7 | 1.3 | 10.4 | 0.8 | 10.0 | 1.2 | 2.0 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 18.4 | 10.9 | 11.8 | 13.7 | 12.1 | 19.6 | 12.5 | 14.4 | 15.5 | 13.3 | 21.5 | 7.9 | 8.2 | 13.5 | 5.7 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 12.0 | 6.0 | 7.0 | 7.3 | 7.0 | 12.6 | 7.9 | 10.1 | 10.0 | 9.0 | 12.9 | 4.4 | 5.7 | 3.4 | 2.9 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.3 | 3.2 | 3.1 | 3.8 | 2.9 | 2.1 | 2.1 | 2.0 | 2.4 | 2.0 | 2.2 | 1.2 | 1.2 | 0.6 | 0.6 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.9 | 0.8 | 1.2 | 1.7 | 1.7 | 1.2 | 0.8 | 1.2 | 1.5 | 1.2 | 1.4 | 1.3 | 0.5 | 0.5 | 0.4 |
| 824 Difusión e información | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 1.4 | 1.2 | 0.4 | 0.5 | 0.4 | 2.7 | 0.6 | 0.3 | 8.5 | 1.2 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.6 | 0.4 | 2.3 | 0.6 | 0.7 | 1.1 | 0.8 | 2.4 | 0.4 | 0.5 | 0.4 | 0.6 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 24.4 | 26.4 | 24.8 | 26.3 | 30.8 | 23.9 | 26.3 | 23.4 | 21.9 | 24.3 | 21.4 | 44.1 | 23.3 | 16.0 | 18.3 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 23.1 | 25.1 | 23.6 | 24.6 | 29.1 | 21.7 | 23.3 | 20.0 | 18.4 | 21.4 | 10.8 | 18.8 | 17.0 | 12.6 | 13.2 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | n.d | 0.4 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | n.d | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.3 | 1.3 | 1.2 | 1.6 | 1.6 | 2.2 | 2.6 | 3.4 | 3.4 | 2.9 | 10.6 | 25.0 | 6.3 | 3.3 | 5.0 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 11.4 | 14.1 | 14.9 | 16.0 | 14.5 | 14.7 | 17.0 | 15.4 | 15.5 | 14.1 | 9.7 | 11.2 | 9.6 | 6.7 | 6.8 |
| 841 Reparaciones | 8.2 | 10.1 | 9.7 | 10.0 | 9.7 | 7.4 | 8.6 | 8.1 | 7.5 | 6.1 | 5.1 | 5.3 | 4.0 | 3.4 | 2.3 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.7 | 0.9 | 1.2 | 1.3 | 1.1 | 4.9 | 4.1 | 2.8 | 3.5 | 3.3 | 3.3 | 3.1 | 3.5 | 1.7 | 2.1 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2.4 | 3.0 | 4.0 | 4.6 | 3.7 | 2.4 | 4.3 | 4.5 | 4.5 | 4.7 | 1.3 | 2.7 | 2.1 | 1.6 | 2.3 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 13
Zona metropolitana de Ocotlán: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 10.0 | 13.3 | 7.6 | -1.2 | 3.1 | 10.4 | 15.7 | 11.5 | 8.8 | 10.1 | -5.0 | 34.5 | 15.5 | 9.1 | 12.3 |
| 1.-Servicios profesionales | 22.0 | 22.5 | 2.0 | 3.5 | 2.8 | 19.6 | 17.2 | 13.3 | 6.6 | 9.9 | 18.8 | 27.7 | 19.0 | 11.6 | 15.3 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 22.0 | 22.5 | 2.0 | 3.5 | 2.8 | 19.6 | 17.2 | 13.3 | 6.6 | 9.9 | 18.8 | 27.7 | 19.0 | 11.6 | 15.3 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 5.0 | 2.8 | 15.8 | -7.2 | 3.7 | 6.3 | 14.6 | 9.9 | 10.7 | 10.3 | -11.4 | 39.6 | 13.2 | 7.0 | 10.1 |
| 731 Comercio al mayoreo | 14.0 | -8.3 | -2.6 | 0.0 | -1.3 | 13.8 | 10.3 | 1.8 | 12.4 | 6.9 | -10.8 | 39.5 | 0.1 | 22.4 | 10.7 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 0.0 | 10.5 | 20.7 | -8.3 | 5.2 | 0.8 | 19.3 | 15.4 | 9.9 | 12.6 | -12.0 | 39.7 | 22.3 | -2.0 | 9.5 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 5.8 | 12.7 | 3.2 | 2.1 | 2.6 | 7.3 | 11.2 | 3.1 | 4.9 | 4.0 | 9.1 | 1.2 | 2.6 | 4.0 | 3.3 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 6.3 | 12.6 | 0.2 | 1.8 | 1.0 | 7.7 | 11.9 | 0.6 | 4.1 | 2.3 | 9.4 | 7.0 | -1.5 | 5.8 | 2.1 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 6.2 | 12.8 | 0.2 | 1.7 | 0.9 | 7.7 | 12.4 | 0.0 | 3.4 | 1.7 | 18.6 | -2.8 | 6.2 | 0.6 | 3.4 |
| 812 Supermercados | n.d. | 3.1 | 4.0 | 6.2 | 5.1 | n.d. | 3.8 | 13.1 | 5.9 | 9.5 | n.d. | 31.0 | 23.6 | 34.6 | 29.0 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | -2.8 | -2.6 | 0.0 | 2.7 | 1.3 | -1.2 | 1.0 | 9.0 | 20.0 | 14.4 | -22.7 | 77.5 | -29.8 | 18.1 | -8.9 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | -0.7 | 14.5 | 6.8 | -0.7 | 3.0 | 1.8 | 15.1 | 6.1 | 2.6 | 4.3 | -6.1 | 8.1 | 18.8 | -10.4 | 3.2 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | -2.8 | 16.4 | 4.3 | 1.1 | 2.7 | 1.5 | 17.6 | 4.3 | 3.5 | 3.9 | -6.8 | 12.8 | -2.8 | 2.6 | -0.1 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 5.7 | 11.6 | 8.4 | -3.6 | 2.2 | 8.0 | 10.7 | 8.6 | 1.7 | 5.1 | -1.4 | 7.3 | -6.1 | 7.1 | 0.3 |
| 823 Recreación y esparcimiento | -4.9 | 22.4 | 11.1 | 1.2 | 6.0 | 2.2 | 22.4 | 9.5 | 1.2 | 5.3 | 5.3 | -9.9 | 7.8 | 2.0 | 4.8 |
| 824 Difusión e información | 5.2 | -7.8 | 26.6 | -21.0 | 0.0 | 5.3 | -8.6 | 6.4 | 2.3 | 4.4 | -12.7 | -7.1 | 114.4 | -27.6 | 24.6 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 1.3 | 3.7 | 11.8 | -4.1 | 3.5 | -9.7 | 14.9 | 15.6 | -1.5 | 6.7 | -14.0 | 11.3 | 3.0 | 12.8 | 7.8 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 7.1 | 11.3 | 4.7 | 5.1 | 4.9 | 9.0 | 9.2 | 3.2 | 8.0 | 5.5 | 16.6 | -5.6 | -0.3 | 9.4 | 4.4 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 7.2 | 11.3 | 4.4 | 5.3 | 4.9 | 8.6 | 8.4 | 2.8 | 9.0 | 5.9 | 14.1 | 5.1 | 1.3 | 7.5 | 4.4 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d. | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | n.d. | -18.8 | 5.9 | -5.6 | 0.0 | n.d. | -31.7 | 6.7 | 3.8 | 5.2 |
| 833 Automotrices y autopartes | 5.8 | 11.6 | 9.9 | 1.6 | 5.7 | 9.9 | 17.9 | 5.0 | 2.1 | 3.6 | 18.6 | -18.7 | -5.2 | 15.5 | 4.6 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 8.9 | 14.1 | 5.0 | -0.1 | 2.4 | 9.7 | 9.6 | 4.7 | 3.7 | 4.2 | 8.3 | 4.0 | 0.0 | 6.8 | 3.4 |
| 841 Reparaciones | 8.7 | 11.8 | 4.2 | 1.2 | 2.7 | 9.8 | 10.3 | 3.1 | 1.5 | 2.3 | 7.1 | 1.0 | 4.1 | -1.3 | 1.4 |
| 842 Educación y cultura privados | 9.1 | 19.5 | 5.1 | -1.7 | 1.7 | 5.1 | 3.8 | 9.0 | 4.6 | 6.8 | 5.7 | 9.8 | -7.1 | 11.2 | 1.7 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 9.3 | 18.9 | 6.8 | -2.7 | 2.0 | 16.0 | 12.9 | 4.5 | 6.4 | 5.5 | 16.9 | 1.8 | 2.0 | 15.1 | 8.4 |
| Total | 6.0 | 12.7 | 3.5 | 1.8 | 2.7 | 7.7 | 11.8 | 4.5 | 5.8 | 5.1 | 6.5 | 7.2 | 7.5 | 6.5 | 7.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

En el lapso de recuperación relativa (1988-1993), siguen prevaleciendo las actividades dirigidas al consumidor, sin embargo las del productor aumentan tres veces más, para 1993, comprenden 32.9% de la estructura, cuando registran su mayor tasa de crecimiento anual de 34.5% (cuadro 12 y 13). Este cambio está inmerso dentro del desarrollo del modelo mexicano volcado al exterior, siendo las actividades al productor las que comienzan a tomar fuerza. Es el comercio de bienes de capital e intermedios los que conforman su mayor parte con 20.8%, presentando una tasa de incremento anual significativa de 39.6%. Por su parte los servicios al consumidor crecen con una tasa anual de 1.2%, la más pequeña a comparación de los demás periodos conformando el 67.1% de la estructura (cuadro 13). Las dos categorías más importantes que se agrupan en esta parte es la del comercio de bienes de consumo inmediato con 26.3%, creciendo a una ritmo anual de 7.0%. Por su lado el comercio de bienes de consumo duradero tienen una participación similar con 23.3%, sin embargo presentan una tasa de crecimiento negativa del -5.6%, lo que indica una pérdida de importancia, tal como sucede al interior del estado (cuadro 12 y 13).

Las unidades económicas del comercio y servicios al productor en su categoría principal que es la del comercio de bienes de capital e intermedios sufren una caída en su productividad al disminuir sus establecimientos de 4.2% a 2.7% mientras que el personal aumenta de 7.3% a 8.3%, asimismo los establecimientos en el comercio y servicios al consumidor, al disminuir de 41.0% a 40.6%, mientras que la población ocupada en este rubro se incrementa de 31.4% a 31.5% entre 1988 y 1993 (cuadro 12 y 13).

En 2003, el comercio y servicios al productor alcanza 53.0% de la estructura del producto interno bruto, creciendo a un ritmo anual de 12.2%. En donde los servicios profesionales aumentan con una tasa de 15.3%, sin embargo no sobrepasan la participación del comercio de bienes de capital e intermedios, dado que este último consigue 27.6%. Es de notar que a diferencia del comportamiento estatal, esta unidad no refleja los cambios económicos percibidos en el país, cuando decrece el producto interno bruto del sector terciario en el comercio y servicios al productor (cuadro 12 y 13).

Por su parte, el producto del comercio y servicios al consumidor, crece a una tasa menor de 3.3%, conformando 47.0%. En donde la mayor participación proviene del comercio de bienes de consumo duradero que representan 18.3% de la estructura,

umentando a una tasa anual de 4.4%, recuperándose del periodo anterior. Es de notar que Jalisco, como la ZMG pierden en esta categoría, lo que implica que la ZMO está absorbiendo en este periodo parte de esta actividad (cuadro 3, 6 y 13).

Los establecimientos del comercio y servicios al productor se enfocan principalmente a los servicios profesionales modificándose de 5.1% a 5.2% en este periodo, por su parte la población ocupada se orienta a las actividades del comercio de bienes de capital e intermedios que es la principal categoría en el estado, incrementándose de 8.3% a 13.4% en este lapso. Con referencia al comercio y servicios al consumidor se encuentra la mayor concentración de las unidades económicas, en el comercio de bienes de consumo inmediato que disminuyen de 40.6% a 34.5%, mientras que el personal en esta categoría se modifica de 31.4% a 24.0% en el mismo lapso (cuadro 13).

La estructura de esta zona se enfoca en el primer periodo en el comercio y servicios al consumidor, basado en el comercio de bienes de consumo inmediato, en las tres variables, sin embargo este rubro, para el periodo de 1993-2003, ofrece un comportamiento opuesto al estatal, cuando el comercio y servicios al consumidor pierde importancia y dinamismo a favor de las actividades dirigidas al productor, que parecen ser absorbidas por otras zonas urbanas, particularmente la del comercio de bienes de capital e intermedios, que en este mismo periodo incrementa su concentración dentro de Jalisco. Es importante recalcar que la cercanía de la Zona metropolitana de Guadalajara incide en un menor desarrollo de las categorías de los servicios de consumo inmediato o duradero.

c. Dinámica terciaria.

La dinámica de crecimiento del PIB terciario, entre 1980 y 1988, se basa en las actividades del comercio y servicios al consumidor, primordialmente en el comercio de bienes de consumo duradero con una tasa de crecimiento anual de 16.6%, siguiéndole en importancia el comercio de bienes de consumo inmediato, con 9.4%. Despunta en este periodo las altas tasas de crecimiento negativo de las actividades al productor, la mayor, referente al comercio de bienes de capital e intermedios con -11.4% (cuadro 13).

Entre 1988 y 1993 las actividades al productor recuperan su dinamismo, dado que a comparación del periodo anterior, en donde su crecimiento era negativo, ahora alcanzan una tasa de 34.5%. Por su parte las actividades referidas al consumidor han

perdido fuerza, dado que su dinamismo anual es de 1.2%, mientras que la mayor jerarquía se traslada a los servicios de consumo inmediato con 8.1 % (cuadro 13).

En la etapa de 1993 y 2003, el crecimiento de las actividades al consumidor aumenta ligeramente a un ritmo de 3.3%, recuperando el mayor dinamismo que en el primer periodo, con el comercio de bienes de consumo duradero pero ocho puntos porcentuales por debajo, con una tasa de 4.4%. A diferencia, las actividades al productor mantienen una tasa mayor de crecimiento de 12.2%, en donde los servicios profesionales cuentan con un dinamismo anual de 15.3% (cuadro 13).

El dinamismo del sector servicios en esta zona metropolitana es muy similar en los tres periodos, con una tasa de crecimiento anual de 6.5% entre 1980 y 1988, hasta alcanzar el mayor dinamismo entre 1988 y 1993 con un crecimiento anual de 7.2%, debido principalmente a la importancia que toma el comercio y servicios al productor, propiciado, en un principio, por el comercio de bienes de capital e intermedios, entre 1988 y 1993 y posteriormente por los servicios profesionales, en el periodo de recuperación-recesión.

En la ZMO, el comercio y servicios al consumidor se incrementa a una tasa de 3.3% anual entre 1993 y 2003, superior a 3.2% de Jalisco (cuadro 4 y 13), lo que indica que esta zona mantiene su jerarquía en este rubro y no observa el decrecimiento de las actividades al consumidor como otras zonas.

6. Especialización de servicios al productor en Tepatitlán de Morelos

La ciudad de Tepatitlán se encuentra en la región centro-este del estado, asienta 1.2% de la población jalisciense en 2000. La ciudad se encuentra bien comunicada con la capital, al bajío y a la zona norte del estado, lo que le permite concentrar actividades comerciales e industriales de pequeños y medianos establecimientos.

a. Participación en el total estatal.

En 1980 Tepatitlán es la quinta área con mayor participación en el territorio de Jalisco, concentrando 0.8% del producto interno bruto, 1.5% de los establecimientos y 1.2% del personal ocupado. En donde las categorías que destacan en el producto interno bruto, coinciden con las actividades que más participan en el contexto nacional. La mayor concentración, se registra en el comercio y servicios al consumidor abarcando de 1.2% a

1.0%, agrupándose en el comercio de bienes de consumo duradero con 1.9%, mientras que en 1988, en los servicios de consumo duradero con una participación de 1.2%. Entre las actividades dirigidas al productor destaca el comercio de bienes de capital e intermedios abarcando de 0.4% a 0.6% (cuadro 14).

Los establecimientos se concentran en el comercio y servicios al consumidor de 1.6% a 1.5% en este lapso, decreciendo la participación de las unidades en el comercio de bienes de consumo duradero de 1.8% al 1.6%. Con respecto al comercio de bienes de capital e intermedios pertenecientes al productor, que abarcan de 1.5% a 1.2% (cuadro 14).

La concentración ocupacional al igual que los establecimientos se enfoca en las actividades del consumidor, agrupando de 1.2% a 1.3% en ese periodo. Siendo el comercio de bienes de consumo duradero el grupo que más abarca entre 1.4% y 1.3%. Sólo en 1980 destaca también el comercio de bienes de consumo inmediato con 1.3%.

La concentración de las unidades en los servicios al productor es menor, variando entre 0.8% y 0.9%. En donde el comercio de bienes de capital e intermedios participa en 1.0% en todo el periodo (cuadro 14).

En el lapso de recuperación relativa (1988-1993), se observa el incremento de las actividades dirigidas al productor, inducido por el dinamismo económico creado a partir de la apertura económica, así como por las vinculaciones económicas de su localización, por ubicarse en un eje estratégico entre la ZMG y el centro-norte del país.

Para 1993 el comercio y servicios al productor participan en el producto interno bruto con 0.9%, en donde los servicios profesionales aumentan su concentración a 1.8%, sin embargo las actividades al consumidor todavía son predominantes con 1.2%, destacándose los servicios de consumo duradero con 1.4% (cuadro 14).

La concentración de las unidades económicas, en las actividades al consumidor aumentaron a 1.8%, siendo los servicios de consumo duradero los principales contemplando 2.0%. Mientras que el comercio y servicios al productor se incrementaron gracias a los servicios profesionales que abarcaron 1.7% (cuadro 14).

Por su parte la población ocupada, dirigida al consumidor aumenta a 1.7%, mandándose la concentración por los servicios de consumo duradero con 2.0%. Por su parte el comercio y servicios al productor abarca 1.2%, siendo 1993 el único año en donde los servicios profesionales concentran la mayor proporción del empleo con 1.3% (cuadro 14).

Cuadro 14
Tepatlán de Morelos: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 0.9 | 1.1 | 1.5 | 1.8 | 1.7 | 0.8 | 0.9 | 1.3 | 1.2 | 1.7 | 0.3 | 0.6 | 0.9 | 0.6 | 2.4 |
| 1.-Servicios profesionales | 0.3 | 1.0 | 1.7 | 1.8 | 1.9 | 0.3 | 0.8 | 1.3 | 0.6 | 1.3 | 0.0 | 0.5 | 1.8 | 0.5 | 3.7 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 0.3 | 1.0 | 1.7 | 1.8 | 1.9 | 0.3 | 0.8 | 1.3 | 0.6 | 1.3 | 0.0 | 0.5 | 1.8 | 0.5 | 3.7 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.5 | 1.2 | 1.3 | 1.9 | 1.3 | 1.0 | 1.1 | 1.2 | 2.1 | 2.2 | 0.4 | 0.6 | 0.4 | 0.6 | 1.6 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.2 | 1.5 | 1.4 | 2.4 | 1.9 | 0.9 | 2.1 | 1.7 | 3.9 | 2.6 | 0.6 | 0.9 | 0.6 | 0.6 | 2.2 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1.7 | 1.1 | 1.3 | 1.7 | 1.2 | 1.1 | 0.6 | 0.8 | 1.3 | 1.9 | 0.2 | 0.4 | 0.3 | 0.6 | 1.2 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1.6 | 1.5 | 1.9 | 2.0 | 1.8 | 1.2 | 1.3 | 1.7 | 2.1 | 1.8 | 1.2 | 1.0 | 1.2 | 1.5 | 1.4 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.5 | 1.5 | 1.8 | 2.0 | 1.9 | 1.4 | 1.2 | 1.8 | 1.9 | 2.1 | 0.5 | 0.8 | 1.2 | 1.5 | 1.6 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 1.4 | 1.5 | 1.8 | 1.9 | 1.9 | 1.4 | 1.4 | 2.0 | 1.9 | 2.3 | 0.4 | 1.2 | 1.5 | 1.7 | 1.8 |
| 812 Supermercados | 2.0 | 0.7 | 1.0 | 1.9 | 2.0 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 1.6 | 1.0 | 0.6 | 0.1 | 0.6 | 0.1 | 1.1 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 2.5 | 2.0 | 2.3 | 2.1 | 2.2 | 2.5 | 1.0 | 1.8 | 1.5 | 2.3 | 0.6 | 0.5 | 1.0 | 2.0 | 1.8 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 1.7 | 1.3 | 1.9 | 2.8 | 1.6 | 1.0 | 1.3 | 1.3 | 2.7 | 1.3 | 0.7 | 0.8 | 0.8 | 1.4 | 0.9 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 1.9 | 1.4 | 2.0 | 2.1 | 1.7 | 1.4 | 1.5 | 1.7 | 1.7 | 1.6 | 1.3 | 1.6 | 1.0 | 1.1 | 1.4 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.2 | 1.1 | 1.8 | 3.9 | 1.9 | 1.1 | 0.8 | 1.6 | 6.0 | 2.2 | 1.5 | 0.6 | 1.3 | 9.4 | 1.7 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 2.8 | 1.0 | 1.9 | 4.3 | 0.2 | 1.4 | 3.8 | 1.0 | 9.8 | 0.8 | 0.7 | 0.5 | 0.6 | 5.1 | 0.3 |
| 824 Difusión e información | 1.2 | 0.9 | 0.4 | 1.5 | 0.4 | 0.6 | 1.7 | 0.1 | 0.9 | 1.5 | 0.5 | 0.6 | 0.3 | 0.9 | 2.1 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.7 | 0.5 | 1.1 | 1.5 | 1.0 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.1 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 1.8 | 1.7 | 1.8 | 1.7 | 1.7 | 1.4 | 1.3 | 1.7 | 1.7 | 1.9 | 2.0 | 1.2 | 1.2 | 1.7 | 1.6 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 1.8 | 1.7 | 1.8 | 1.8 | 1.7 | 1.4 | 1.3 | 1.7 | 1.8 | 2.0 | 2.0 | 1.1 | 1.5 | 1.7 | 1.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 1.4 | n.d | 0.4 | n.d | n.d | 0.9 | n.d | 0.2 | n.d | n.d | 0.7 | n.d | 0.3 | n.d |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.9 | 1.7 | 2.0 | 1.7 | 1.7 | 1.9 | 1.7 | 2.3 | 2.1 | 2.0 | 2.4 | 1.7 | 0.7 | 2.2 | 2.0 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 1.3 | 1.3 | 2.1 | 1.9 | 2.2 | 1.1 | 1.2 | 2.0 | 2.2 | 2.0 | 0.9 | 1.3 | 1.4 | 1.4 | 1.2 |
| 841 Reparaciones | 1.5 | 1.2 | 2.1 | 1.7 | 2.1 | 1.4 | 1.1 | 2.2 | 1.8 | 2.3 | 1.3 | 1.2 | 1.5 | 1.1 | 1.7 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.1 | 1.1 | 1.6 | 1.7 | 1.5 | 1.0 | 1.4 | 1.7 | 2.2 | 1.3 | 0.6 | 1.0 | 1.3 | 1.0 | 0.5 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 1.1 | 1.6 | 2.0 | 2.4 | 2.5 | 0.7 | 1.4 | 2.1 | 2.9 | 2.3 | 0.7 | 1.8 | 1.6 | 2.8 | 2.5 |
| Total | 1.5 | 1.4 | 1.8 | 2.0 | 1.8 | 1.2 | 1.2 | 1.6 | 1.8 | 1.8 | 0.8 | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 1.9 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Para 2003, esta ciudad concentra en el sistema urbano tapatío 1.8% del producto interno bruto, 1.8% de los establecimientos y 1.8% del empleo, otorgándole el tercer lugar del sistema urbano tapatío en concentración económica del producto (cuadro 14). La mayor concentración del producto interno bruto, la registra por primera vez en el comercio y servicios al productor con 2.4%, en donde la mayor participación provino de los servicios profesionales con 3.7%. Por su parte las actividades dirigidas al consumidor se agrupan en el comercio de bienes de consumo inmediato con 1.6%. Este fenómeno es opuesto a lo que sucede a nivel estatal en este periodo, dado que las actividades dirigidas al productor decaen entre 1993 y 2003 (cuadro 14).

Los establecimientos en el comercio y servicios al consumidor, conservan su predominio comprendiendo de 1.8%. En donde los servicios de consumo duradero son lo más importantes con 1.9% y 2.2% en los mismos años. Por otra parte la concentración del comercio y servicios al productor varió entre 1.5% a 1.7% en el periodo de recesión y recuperación, en donde el porcentaje máximo se encuentra en los servicios profesionales que comprenden de 1.7% a 1.9% (cuadro 14).

El personal ocupado en las actividades de comercio y servicios al consumidor siguen predominando, al igual que en los periodos anteriores, conformando 1.8% en 2003, en donde el comercio de bienes de consumo inmediato se incrementa de 1.8% a 2.0% entre 1993 y 2003. Mientras que el comportamiento de los servicios profesionales aumenta de 1.8% a 3.7% dentro de las actividades dirigidas al productor, las cuales toman su mayor importancia en 2003 participando con el 2.4% (cuadro 14).

La participación del producto interno bruto de la ciudad de Tepatitlán, en el contexto estatal, se incrementa de 0.8% en 1980 a 1.9% en 2003, siendo el comercio y servicios al consumidor los que caracterizan a esta ciudad en sus dos primeros periodos. Entre 1993 y 2003, esta ciudad, al igual que la ZMO, observa un incremento en la participación del PIB en el comercio y servicios al productor, derivado del incremento de los servicios profesionales principalmente. De ahí concluimos, que esta Tepatitlán absorbe las funciones dirigidas al productor, que decrecen en otras ciudades del sistema urbano del estado en la fase de recesión económica.

Es de resaltar, que las actividades dirigidas al consumidor observan una congruencia teórica con la dispersión del comercio y servicios al consumidor en el sistema urbano de ciudades, asimismo con el cambio de modelo económico, existe una desconcentración de funciones económicas de la ZMG hacia otras ciudades del estado de Jalisco.

b. Estructura terciaria.

Entre 1980 y 1988, la estructura del sector servicios se enfocó principalmente en el comercio y servicios al consumidor, disminuyendo de 87.3% a 74.0%, modificándose a un ritmo anual de 1.5%. Mientras que el comercio de bienes de consumo duradero decrece de 61.0% a 36.0%, con una tasa negativa de -2.4%, periodo en el cual esta actividad pierde importancia a nivel estatal. Por su parte el comercio y servicios al productor abarca de 12.6% a 26.0% de la estructura, aumentando con una tasa de 13.5%. En donde la mayor parte del PIB terciario, se concentra en el comercio de bienes de capital e intermedios que conforman 12.0%, sin embargo este rubro crece a 9.7%, menor que la tasa de los servicios profesionales de 39.3% (cuadro 15 y 16).

En este periodo las actividades dirigidas al productor de la ciudad de Tepatitlán, al igual que las del estado ganan en importancia gracias al incremento de los bienes de capital e intermedios, acompañado del nuevo modelo económico, sin embargo en Tepatitlán la mayor proporción del producto proviene del comercio al mayoreo.

Entre 1980 y 1988, las unidades económicas se concentran en la actividad de comercio y servicios al consumidor, comprendiendo de 93.8% a 92.8%, aunque pierden importancia en los siguientes periodos. Es de llamar la atención que los establecimientos de esta ciudad no se concentran en las actividades que conforman la mayor parte de la estructura, sino en las actividades que llegan a abarcar su menor proporción como lo es el comercio de bienes de consumo inmediato, donde conforman de 36.6% a 34.8% en este lapso. Por su parte los referidos al comercio y servicios al productor conforman de 6.1% a 7.1%. En donde la mayor participación de los establecimientos proviene de los bienes de capital e intermedios con 5.0% en 1980, y en 1988 de los servicios profesionales con 3.6% (cuadro 15).

El personal ocupado se orienta en el comercio y servicios al consumidor de 88.2% a 84.4%, sin embargo en 1980 se redirige al comercio de bienes de consumo inmediato con 28.4%. En cambio en 1988 la mayor parte radica en la participación del comercio de consumo duradero con 27.9%. Por su parte el empleo en el comercio y servicios al productor referidos al comercio de bienes de capital e insumos disminuyen de 10.7% a 9.9%. Es de notar el cambio del empleo en este periodo que se redirecciona a las actividades dirigidas al productor (cuadro 15).

Cuadro 15
Tepatlán de Morelos: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 6.1 | 7.1 | 8.8 | 11.6 | 10.2 | 11.8 | 15.6 | 18.6 | 21.1 | 26.7 | 12.6 | 26.0 | 45.4 | 31.7 | 64.7 |
| 1.-Servicios profesionales | 1.1 | 3.6 | 5.6 | 6.3 | 7.2 | 1.1 | 5.8 | 9.5 | 6.7 | 13.4 | 0.7 | 7.1 | 32.3 | 9.9 | 38.8 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 1.1 | 3.6 | 5.6 | 6.3 | 7.2 | 1.1 | 5.8 | 9.5 | 6.7 | 13.4 | 0.7 | 7.1 | 32.3 | 9.9 | 38.8 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 5.0 | 3.5 | 3.2 | 5.2 | 2.9 | 10.7 | 9.9 | 9.1 | 14.3 | 13.2 | 12.0 | 18.9 | 13.1 | 21.8 | 26.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.8 | 1.0 | 0.8 | 1.4 | 0.9 | 4.6 | 5.9 | 5.3 | 8.6 | 6.1 | 8.1 | 12.1 | 7.9 | 6.4 | 15.3 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 3.2 | 2.5 | 2.4 | 3.8 | 2.0 | 6.1 | 4.0 | 3.8 | 5.8 | 7.2 | 3.8 | 6.8 | 5.2 | 15.4 | 10.7 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 93.9 | 92.9 | 91.2 | 88.4 | 89.8 | 88.2 | 84.4 | 81.4 | 78.9 | 73.3 | 87.4 | 74.0 | 54.6 | 68.3 | 35.3 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 36.6 | 34.9 | 32.3 | 28.5 | 30.0 | 28.5 | 21.1 | 23.8 | 18.7 | 21.7 | 6.9 | 18.6 | 13.8 | 14.5 | 10.1 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 35.7 | 34.4 | 31.8 | 27.5 | 28.8 | 25.4 | 20.0 | 22.2 | 16.0 | 18.4 | 3.2 | 17.0 | 11.0 | 11.1 | 6.6 |
| 812 Supermercados | 0.4 | 0.3 | 0.2 | 0.8 | 0.8 | 1.4 | 0.5 | 0.9 | 2.2 | 1.6 | 2.5 | 0.5 | 1.7 | 0.1 | 1.5 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.4 | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.5 | 1.7 | 0.5 | 0.7 | 0.6 | 1.7 | 1.2 | 1.1 | 1.1 | 3.3 | 2.0 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 19.0 | 12.7 | 15.6 | 22.1 | 14.9 | 17.0 | 20.0 | 14.7 | 24.2 | 12.4 | 9.8 | 8.9 | 6.8 | 16.2 | 4.7 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 12.5 | 9.0 | 10.6 | 9.8 | 9.9 | 11.9 | 11.0 | 10.7 | 8.7 | 8.7 | 6.0 | 6.9 | 4.9 | 3.5 | 2.9 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.5 | 2.5 | 3.2 | 8.4 | 4.6 | 2.3 | 1.4 | 2.0 | 6.9 | 2.2 | 1.5 | 0.6 | 0.9 | 3.1 | 0.5 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 2.3 | 0.7 | 1.4 | 3.4 | 0.1 | 1.6 | 4.9 | 0.9 | 7.8 | 0.7 | 0.7 | 0.3 | 0.5 | 4.7 | 0.2 |
| 824 Difusión e información | 0.3 | 0.3 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.7 | 1.4 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 1.0 | 0.2 | 0.1 | 4.5 | 1.0 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.4 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.6 | 1.3 | 1.0 | 0.7 | 0.5 | 0.7 | 0.9 | 0.4 | 0.3 | 0.2 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 26.3 | 31.6 | 25.6 | 22.2 | 27.6 | 26.7 | 27.9 | 23.6 | 18.2 | 23.7 | 61.0 | 36.0 | 23.6 | 28.1 | 14.8 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 24.4 | 29.2 | 23.5 | 20.7 | 25.6 | 21.8 | 22.7 | 19.5 | 15.6 | 20.3 | 30.8 | 24.2 | 20.9 | 19.7 | 10.8 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 0.1 | n.d | 0.0 | n.d | n.d | 0.6 | n.d | 0.1 | n.d | n.d | 0.8 | n.d | 0.2 | n.d |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.9 | 2.3 | 2.1 | 1.5 | 2.0 | 4.9 | 4.6 | 4.1 | 2.5 | 3.3 | 30.2 | 11.0 | 2.7 | 8.2 | 4.0 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 11.9 | 13.7 | 17.8 | 15.6 | 17.4 | 16.1 | 15.4 | 19.3 | 17.7 | 15.5 | 9.7 | 10.5 | 10.4 | 9.6 | 5.6 |
| 841 Reparaciones | 8.6 | 8.2 | 12.0 | 8.5 | 10.6 | 8.6 | 6.6 | 9.9 | 6.7 | 7.0 | 6.1 | 4.4 | 4.0 | 3.4 | 1.9 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.7 | 0.7 | 0.9 | 1.1 | 1.0 | 5.6 | 4.7 | 4.4 | 4.7 | 3.9 | 1.9 | 2.3 | 3.8 | 2.3 | 1.3 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2.7 | 4.8 | 4.9 | 6.0 | 5.8 | 1.9 | 4.1 | 5.0 | 6.4 | 4.6 | 1.7 | 3.7 | 2.6 | 3.9 | 2.4 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de,

Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 16
Tepatitlán de Morelos: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|--------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 5.4 | 20.5 | 13.3 | -3.4 | 4.6 | 10.0 | 19.2 | 11.7 | 10.4 | 11.0 | 13.5 | 21.1 | -4.6 | 35.2 | 13.6 |
| 1.-Servicios profesionales | 20.0 | 25.7 | 10.1 | 1.8 | 5.8 | 30.2 | 27.2 | 1.8 | 20.9 | 10.9 | 39.3 | 46.5 | -19.1 | 54.1 | 11.6 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 20.0 | 25.7 | 10.1 | 1.8 | 5.8 | 30.2 | 27.2 | 1.8 | 20.9 | 10.9 | 39.3 | 46.5 | -19.1 | 54.1 | 11.6 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | -1.2 | 13.7 | 18.2 | -11.6 | 2.2 | 5.1 | 13.4 | 19.2 | 3.6 | 11.1 | 9.8 | 0.6 | 13.5 | 21.3 | 17.4 |
| 731 Comercio al mayoreo | -3.5 | 10.8 | 19.6 | -9.3 | 4.1 | 9.5 | 12.8 | 19.9 | -1.7 | 8.5 | 9.0 | -0.6 | -1.7 | 39.4 | 17.1 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 0.0 | 14.9 | 17.7 | -12.5 | 1.5 | 0.8 | 14.2 | 18.2 | 9.9 | 14.0 | 11.3 | 2.7 | 27.4 | 9.0 | 17.8 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 3.3 | 15.0 | 6.7 | -0.5 | 3.0 | 5.6 | 14.3 | 8.3 | 3.7 | 6.0 | 1.5 | 1.9 | 7.2 | 2.6 | 4.9 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 2.8 | 13.6 | 4.7 | 0.2 | 2.4 | 2.3 | 18.0 | 3.8 | 8.4 | 6.1 | 17.4 | 2.0 | 3.5 | 9.0 | 6.3 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 2.9 | 13.7 | 4.3 | 0.1 | 2.1 | 3.1 | 17.6 | 2.0 | 8.3 | 5.1 | 27.9 | -0.8 | 2.6 | 5.6 | 4.1 |
| 812 Supermercados | -3.5 | 14.9 | 36.1 | -2.2 | 15.3 | -6.5 | 29.5 | 30.2 | -0.8 | 13.7 | -15.9 | 40.0 | -38.8 | 93.2 | 8.7 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | -3.5 | 10.8 | 3.7 | 20.1 | 11.6 | -8.3 | 22.2 | 5.8 | 29.5 | 17.1 | 2.0 | 8.2 | 27.8 | 5.7 | 16.2 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | -1.6 | 20.2 | 15.1 | -8.4 | 2.7 | 8.4 | 8.3 | 20.4 | -7.9 | 5.3 | 2.5 | 2.6 | 21.8 | -8.4 | 5.7 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | -0.7 | 19.2 | 5.7 | -0.5 | 2.5 | 5.1 | 14.5 | 4.5 | 5.3 | 4.9 | 5.5 | 1.2 | -4.0 | 12.9 | 4.1 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | -0.4 | 20.7 | 30.3 | -12.2 | 7.0 | -0.3 | 23.9 | 39.9 | -16.4 | 8.1 | -7.8 | 18.4 | 31.2 | -19.6 | 2.7 |
| 823 Recreación y esparcimiento | -11.4 | 34.3 | 27.5 | -49.2 | -19.5 | 22.6 | -17.3 | 66.4 | -35.0 | 4.0 | -6.3 | 19.2 | 60.9 | -40.1 | -1.8 |
| 824 Difusión e información | 0.0 | -19.7 | 43.1 | -30.1 | 0.0 | 17.0 | -36.6 | 36.9 | 17.6 | 26.9 | -12.6 | -7.6 | 114.7 | -13.7 | 36.1 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | -3.5 | 21.7 | 8.4 | -5.6 | 1.2 | 17.6 | 10.0 | 0.3 | -1.4 | -0.6 | 7.3 | -7.4 | -2.3 | 5.5 | 1.5 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 5.9 | 10.7 | 4.4 | 3.5 | 3.9 | 6.8 | 11.3 | 3.5 | 11.0 | 7.2 | -2.9 | -0.6 | 6.2 | 3.1 | 4.6 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 5.8 | 10.5 | 4.7 | 3.5 | 4.1 | 6.7 | 11.7 | 4.3 | 11.0 | 7.6 | 0.6 | 5.1 | 1.3 | 3.9 | 2.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| 833 Automotrices y autopartes | 6.0 | 13.6 | 0.4 | 4.6 | 2.5 | 5.4 | 12.2 | -1.3 | 11.8 | 5.0 | -8.6 | -18.5 | 28.2 | 1.7 | 14.2 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 5.3 | 21.5 | 4.6 | 1.3 | 3.0 | 5.7 | 20.4 | 7.1 | 2.5 | 4.8 | 4.7 | 8.1 | 0.8 | 5.2 | 3.0 |
| 841 Reparaciones | 2.9 | 24.4 | 0.2 | 3.6 | 1.9 | 2.7 | 25.1 | 0.6 | 6.3 | 3.4 | -0.3 | 5.8 | -0.7 | 5.0 | 2.1 |
| 842 Educación y cultura privados | 3.7 | 22.4 | 12.1 | -2.7 | 4.4 | 4.1 | 13.2 | 10.5 | 1.7 | 6.0 | 5.9 | 20.1 | -7.2 | 4.3 | -1.6 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 11.4 | 15.7 | 11.9 | -1.6 | 4.9 | 16.8 | 19.5 | 14.5 | -1.6 | 6.1 | 14.8 | 0.9 | 10.9 | 5.9 | 8.4 |
| Total | 3.5 | 15.4 | 7.4 | -0.8 | 3.2 | 6.2 | 15.1 | 9.0 | 5.3 | 7.1 | 3.7 | 8.3 | 2.5 | 17.2 | 9.6 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

En el lapso de recuperación relativa (1988-1993), el producto del comercio y servicios al consumidor disminuye de 74.0% a 54.6% entre 1988 y 1993, decreciendo a un ritmo anual de 1.9%, compatible con la reducción de estas actividades en el estado (cuadro 3, 15 y 16). En Tepatitlán la mayor proporción es abarcada por el comercio de bienes de consumo duradero que disminuye su participación con respecto al periodo anterior a un ritmo de -0.6% anual continuando con la tendencia en el estado. Por su parte el PIB terciario del comercio y servicios al productor aumenta a 45.4%, dado que crece en 21.0% anual. En donde los servicios profesionales, destacan al aumentar a una tasa anual de 46.5%, comprendiendo 32.3% de la estructura en 1993 (cuadro 15 y 16).

Las unidades económicas disminuyen en el comercio y servicios al consumidor de 92.8% a 91.2%, concentrándose en el comercio de bienes de consumo inmediato comprendiendo de 34.8% a 32.2%, observándose una pérdida en su productividad, dado que su empleo aumenta de 21.0% a 23.8%. Mientras que las unidades económicas del productor se componen principalmente por los servicios profesionales que incrementan su participación de 3.6% a 5.6%, mientras que el empleo de este rubro comprende de 5.7% a 9.5% en este lapso (cuadro 15).

En el transcurso de 1993 a 2003 existe un cambio en la estructura del producto interno bruto, de las actividades del consumidor hacia las actividades del productor, cuando éstas alcanzan de 45.4% a 64.7%, su punto más alto en 2003, con una tasa de crecimiento de 13.6% anual teniendo como base los servicios profesionales, que conforman de 32.3% a 38.8% en este mismo lapso, con una tasa de 11.6%. Por su lado las actividades al consumidor varían de 54.5% a 35.2%, a un ritmo de 4.9% anual. Cuando el comercio de bienes de consumo duradero participa de 23.5% a 14.8%, transformándose a una tasa anual de 4.6% (cuadro 15 y 16). En este sentido esta actividad que aportaba la mayor parte de la estructura ha decaído a favor de las actividades del productor.

En el transcurso entre 1993 y 2003, los establecimientos dirigidos al consumidor, disminuyen en importancia de 91.2% a 89.8%. En donde los bienes de consumo inmediato decrecen a 30.0% en 2003. En 2003, el rubro de servicios profesionales compone 7.2% de las unidades dentro del comercio y servicios dirigidos al productor (cuadro 15 y 16).

De 1993 a 2003 la estructura del empleo referido al consumidor disminuye de 81.4% a 73.3%. En donde los rubros van modificando su importancia, pero se caracterizan por tener una participación similar: en 1993 radica en el comercio de bienes

de consumo inmediato con 23.8% y en 2003 en el comercio de bienes de consumo duradero con 23.7% (cuadro 15). Por su parte la población ocupada en el comercio y servicios al productor, provenientes del comercio de bienes de capital e intermedios comprenden de 9.1% a 13.2% en ese periodo, mientras que los servicios profesionales aumentan su participación a 13.4% (cuadro 15).

La estructura de Tepatitlán ofrece una composición predominante, en los primeros dos periodos, en el comercio y servicios al consumidor, conformándose principalmente por el comercio de bienes de consumo duradero, sin embargo esta categoría pierde importancia paralela al comportamiento de Jalisco. Lo que implica que la ciudad cede a favor del desarrollo del comercio y servicios al productor, compatible con las políticas económicas del último periodo, sin embargo cabe recalcar que entre 1993 y 2003, a nivel estatal se observa una reducción de las actividades dirigidas al productor envueltas por un periodo recesivo de la economía, mientras que en Tepatitlán ocurre lo contrario, absorbiendo las actividades expulsadas por otras ciudades del sistema urbano jalisiense.

c. Dinámica terciaria.

Desde el primer periodo se observa la tendencia creciente de las actividades que toman importancia para el último periodo: entre 1980 y 1988 las actividades más productivas fueron las dirigidas al productor, con una tasa de crecimiento de 13.5%, en donde los servicios profesionales aumentan a una tasa anual de 39.3%, duplicando la categoría más dinámica de las actividades al consumidor, que fue la del comercio de bienes de consumo inmediato con 17.4% (cuadro 16). Se debe resaltar, el comportamiento de esta entidad dado que su dinamismo es muy superior al del estado en los mismos rubros, sin embargo en Tepatitlán son los servicios profesionales los más dinámicos, mientras que a nivel estatal lo es el comercio de bienes de capital e intermedio y estos los que más participan a nivel nacional.

Para el siguiente periodo, el comportamiento del comercio y servicios al productor mantiene su preeminencia, sin embargo con una menor fuerza disminuyendo su tasa a 21.0%, debido al decremento en el dinamismo del comercio de bienes de capital, aun cuando los servicios profesionales continúan incrementando su tasa de crecimiento a 46.5% anual (cuadro 16). Con ello esta ciudad se orienta en dirección opuesta a la importancia estatal, dentro del rubro del comercio de bienes de capital e

intermedios. Por otra parte en el comercio y servicios al productor, son los servicios de consumo duradero, los que ahora tienen el mayor crecimiento con el 8.1% teniendo en cuenta que esta rama a nivel estatal está perdiendo importancia.

A diferencia de los periodos anteriores, el mayor dinamismo del producto terciario de la ciudad, se presenta entre 1993 y 2003, con una tasa de crecimiento de 9.6% anual. Los servicios al productor continúan disminuyendo su ritmo de crecimiento a 13.6% anual, proviniendo el mayor aumento del comercio de bienes de capital e intermedios con 17.4%.(cuadro 16). En este momento la diferencia de dinamismo de las distintas categorías referidas al consumidor es menor que en otros años, destacando entre ellas el comercio de bienes de consumo inmediato, con una tasa de crecimiento de 6.2% anual (cuadro 16).

Es importante observar que la dinámica de esta ciudad no es paralela al comportamiento estatal, en el sentido que toman fuerza, las ramas que pierden preeminencia en Jalisco, como lo es dentro del comercio y servicios al productor, los servicios profesionales, que en Jalisco retienen una menor jerarquía debido al comercio de bienes de capital e intermedios, mientras que en las actividades dirigidas al consumidor, es en el estado donde el comercio de bienes de consumo duradero pierde importancia mientras que en la ciudad de Tepatitlán estas actividades incrementan su dinamismo pero no su importancia, dado que es una actividad que decae. El comportamiento de las actividades dirigidas al productor parecen entonces estar desfasadas en un periodo con respecto al comportamiento estatal y nacional.

7. Primacía de las actividades terciarias orientadas al consumidor en Lagos de Moreno

La población de Lagos de Moreno se asienta al noreste de Jalisco, comprende 1.3% de los habitantes del estado en 2000. La ciudad está comunicada con la ZMG, cuenta con una ubicación estratégica con respecto al bajío, y con el centro y norte del país. Dada esta característica, esta ciudad es un polo de atracción económica que contrarresta la fuerza de la zona metropolitana de Guadalajara, mientras que sus actividades se vinculan con los mercados de los estados de Aguascalientes, San Luis Potosí, León Guanajuato e Irapuato. Sin embargo su desarrollo industrial ha sido limitado por la deficiencia de los servicios públicos, el insuficiente abastecimiento de materias primas y la carente organización en la producción y comercialización artesanal.

a. Participación en el total estatal.

En 1980, Lagos de Moreno, es la cuarta zona con mayor participación en el producto interno bruto tapatío, concentrando 0.9% del producto interno bruto, 1.5% establecimientos y 1.0% del personal ocupado. Esta ciudad está dedicada predominantemente al comercio y servicios al consumidor en sus tres variables. Entre 1980 y 1988, el producto interno bruto terciario, está dirigido al consumidor, comprende de 1.3% a 0.9%. En donde el comercio de bienes de consumo inmediato conforma su mayor proporción aportando de 1.8% a 1.1% (cuadro 17). Es de notar que esta rama es la tercera más importante, que participan en el producto hacia el ámbito nacional. En esta zona existe una pobre participación del comercio y servicios al productor los cuales alcanzan de 0.2% a 0.4%, en donde los servicios profesionales comprenden de 0.6% a 0.5% en este mismo periodo (cuadro 17). Se debe destacar, que la aportación al producto, en este rubro, es mayor que en áreas como la ZMO, la cual posteriormente tomará mayor importancia que Lagos de Moreno.

Congruentemente las unidades económicas se concentran en el comercio y servicios al consumidor en los tres periodos. El PIB en 1.6% durante la década perdida, en donde su mayor parte se ubica en el comercio de bienes de consumo inmediato, con 1.9% y 1.8%. Por su parte el comercio y servicios al productor abarcan de 0.5% a 1% destacando las actividades profesionales que aumentan de 0.6% a 1.1% (cuadro 17).

En este lapso el personal ocupado en el comercio y servicios al consumidor representa alrededor de 1.2%, siendo el comercio de bienes de consumo inmediato los de mayor concentración, pero reducen su participación de 1.74% a 1.7%. Por su parte el comercio y servicios al productor aumenta de 0.5% a 0.8%, siendo los servicios profesionales los que integran la mayor proporción con 0.8%, en donde en 1988, el comercio de bienes de capital tienen una aportación similar de 0.8% (cuadro 17).

En el periodo de recuperación relativa, se registra un incremento en el producto interno bruto del comercio y servicios al productor, que participan en 0.8% en 1993, siendo los servicios profesionales los que sobresalen al concentrar 1.6% del producto en ese mismo año (cuadro 17).

En este periodo Jalisco obtiene su mayor participación en las actividades dirigidas al productor, el comportamiento de Lagos de Moreno no se encamina en la misma dirección, dado que el comercio y servicios al consumidor mantiene su jerarquía

Cuadro 17
Lagos de Moreno: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 0.5 | 1.1 | 1.2 | 1.6 | 1.2 | 0.5 | 0.9 | 2.5 | 1.3 | 0.9 | 0.2 | 0.4 | 0.8 | 0.6 | 0.9 |
| 1.-Servicios profesionales | 0.6 | 1.1 | 1.5 | 1.9 | 1.2 | 0.8 | 0.9 | 4.4 | 1.2 | 0.8 | 0.6 | 0.5 | 1.6 | 0.7 | 0.8 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 0.6 | 1.1 | 1.5 | 1.9 | 1.2 | 0.8 | 0.9 | 4.4 | 1.2 | 0.8 | 0.6 | 0.5 | 1.6 | 0.7 | 0.8 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 0.4 | 1.1 | 0.9 | 1.2 | 1.1 | 0.4 | 0.8 | 0.7 | 1.3 | 1.1 | 0.0 | 0.4 | 0.4 | 0.5 | 1.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | n.d | 1.0 | 0.8 | 1.2 | 1.0 | n.d | 1.1 | 0.7 | 1.4 | 1.7 | n.d | 0.5 | 0.6 | 0.6 | 2.0 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 0.8 | 1.1 | 0.9 | 1.2 | 1.1 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | 1.3 | 0.7 | 0.1 | 0.3 | 0.2 | 0.5 | 0.3 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1.6 | 1.6 | 1.5 | 1.7 | 1.5 | 1.2 | 1.2 | 1.4 | 1.8 | 1.4 | 1.3 | 0.9 | 1.0 | 1.7 | 1.1 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.9 | 1.8 | 1.8 | 1.9 | 1.9 | 1.7 | 1.7 | 1.9 | 1.9 | 1.8 | 1.8 | 1.2 | 1.3 | 3.2 | 1.4 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 1.9 | 1.9 | 1.8 | 2.0 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.7 | 1.9 | 1.8 | 2.1 | 1.7 | 1.4 | 1.3 | 1.2 |
| 812 Supermercados | 2.5 | 0.2 | 1.2 | 1.0 | 1.5 | 0.3 | 0.1 | 2.6 | 1.6 | 1.3 | 0.8 | 0.0 | 1.2 | 4.5 | 0.4 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 1.9 | 2.0 | 1.9 | 2.8 | 3.0 | 3.5 | 3.3 | 3.2 | 3.2 | 2.6 | 2.4 | 1.0 | 1.3 | 9.5 | 3.4 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 1.2 | 1.3 | 1.1 | 1.6 | 1.2 | 0.9 | 0.8 | 0.9 | 2.1 | 1.0 | 0.7 | 0.6 | 0.7 | 1.1 | 0.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 1.3 | 1.3 | 1.0 | 1.8 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | 1.0 | 1.4 | 1.1 | 1.4 | 1.1 | 0.7 | 0.8 | 0.9 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 0.9 | 0.9 | 1.1 | 1.2 | 1.2 | 0.8 | 0.8 | 0.9 | 1.2 | 1.3 | 0.7 | 0.6 | 0.5 | 1.0 | 1.1 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.6 | 2.4 | 1.3 | 2.3 | 1.8 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | 1.2 | 1.1 | 0.5 | 1.3 | 0.3 | 0.2 | 0.4 |
| 824 Difusión e información | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.5 | 1.3 | 1.1 | 1.1 | 0.7 | 2.2 | 1.7 | 0.5 | 0.5 | 1.7 | 1.8 | 2.0 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 1.3 | 1.4 | 1.3 | 1.5 | 1.4 | 0.4 | 0.3 | 0.6 | 5.6 | 0.6 | 0.3 | 0.1 | 0.7 | 0.3 | 0.4 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 1.5 | 1.5 | 1.3 | 1.6 | 1.4 | 1.0 | 1.1 | 1.3 | 1.4 | 1.3 | 1.5 | 0.7 | 1.0 | 1.4 | 1.3 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 1.5 | 1.5 | 1.3 | 1.6 | 1.4 | 1.1 | 1.1 | 1.2 | 1.4 | 1.3 | 2.7 | 0.7 | 1.0 | 1.0 | 0.9 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | n.d | 0.5 | 0.4 | 1.1 | n.d | n.d | 0.9 | 0.8 | 0.9 | n.d | n.d | 0.1 | 1.0 | 1.2 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.1 | 1.4 | 1.2 | 1.6 | 1.4 | 1.3 | 1.6 | 2.2 | 1.8 | 1.5 | 0.3 | 1.1 | 1.7 | 2.8 | 2.6 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 1.3 | 1.3 | 1.4 | 1.6 | 1.5 | 1.1 | 1.3 | 1.3 | 1.7 | 1.4 | 1.1 | 1.3 | 1.0 | 1.1 | 0.9 |
| 841 Reparaciones | 1.4 | 1.3 | 1.4 | 1.6 | 1.4 | 1.3 | 1.3 | 1.2 | 1.5 | 1.4 | 0.9 | 1.9 | 1.0 | 1.0 | 0.9 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.5 | 1.3 | 0.9 | 1.7 | 1.5 | 1.0 | 1.4 | 1.7 | 1.9 | 1.8 | 1.6 | 0.9 | 0.9 | 1.1 | 0.8 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 1.1 | 1.2 | 1.4 | 1.6 | 1.5 | 0.8 | 1.0 | 1.2 | 1.8 | 1.0 | 0.7 | 0.8 | 1.1 | 1.1 | 1.0 |
| Total | 1.5 | 1.5 | 1.4 | 1.7 | 1.5 | 1.1 | 1.1 | 1.6 | 1.6 | 1.2 | 0.9 | 0.7 | 0.9 | 1.1 | 1.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

participando con 1.3% del producto, derivado principalmente del comercio de bienes de consumo inmediato, que aumenta de 1.1% a 1.3% (cuadro 1 y 17).

Este hecho se traslada a las unidades económicas, cuando las dirigidas al comercio y servicios al consumidor abarcan 1.5% en 1993, siendo el comercio de bienes de consumo inmediato la mayor aportación con 1.8%, por su lado el comercio y servicios al productor alcanza 1.2%, mientras que el rubro de los servicios profesionales aumenta su concentración a 1.5% (cuadro 17).

En 1993, el personal ocupado en los servicios al productor, encabezan la concentración con 2.5% siendo los servicios profesionales lo que se incrementan a 4.4%. Por su parte las actividades dirigidas al consumidor proveen 1.4% de la participación del empleo, destacando el comercio de bienes de consumo inmediato con 1.9% (cuadro 17).

A pesar de que en el periodo de recuperación-recesión, el comercio y servicios al productor aumenta su concentración en el producto de 0.8% a 0.9%, su participación no sobresale en el sistema urbano de Jalisco, al representar sólo 0.9% del estatal, mientras que Tepatlán concentra 2.4% y la zona metropolitana de Ocotlán el 1.3%, por lo que Lagos de Moreno mantiene su predominio en el comercio y servicios al consumidor.

En el lapso de recuperación-recesión, el producto del comercio y servicios al consumidor aumenta de 1.0% a 1.1% en donde el comercio de bienes de consumo inmediato concentra de 1.3% a 1.4% (cuadro 17), a la par de lo que sucede a nivel estatal dado que los bienes de consumo inmediato se incrementan, a pesar de la caída de la participación del estado en el producto nacional del comercio y servicios al consumidor, por el impulso a las actividades dirigidas al productor.

Los establecimientos tienen una participación en el comercio y servicios al productor de 1.2%, donde los servicios profesionales varían de 1.5% a 1.2%. Por su parte las actividades dirigidas al consumidor aumentan se mantienen en 1.5%, no así su rubro más importante que permanece en el comercio de bienes de consumo inmediato que conforma de 1.8% a 1.9% (cuadro 17).

El personal ocupado referido a los servicios al productor pierden importancia cuando en 2003 representa 0.9%, siendo el comercio de bienes de capital e intermedios los predominantes con 1.0%. Por su parte el comercio y servicios al consumidor, pierde participación al englobar 1.4% en ese mismo año, en donde las actividades del comercio y bienes de consumo inmediato decrece a 1.7% (cuadro 17).

La concentración de las actividades terciarias en esta zona, se incrementaron de 0.9% en 1980 a 1.0% en 2003. Sin embargo esta zona cede en importancia con respecto a otras como Tepatitlán y la ZMO, aún cuando ostenta una buena ubicación geográfica, debido principalmente, a que en su último periodo su participación en el comercio y servicios al productor participa por debajo de ellas. Asimismo es de notar que el comercio y servicios al productor a diferencia de otras ciudades se ubican preferentemente en los servicios profesionales y no en el comercio de bienes de capital lo que no lo hace compatible con la tendencia estatal que orienta sus actividades al desarrollo de este rubro.

Lagos de Moreno se caracteriza por su predominio en el comercio y servicios al consumidor en sus tres variables: establecimientos, personal ocupado y producto interno bruto, principalmente en la categoría del comercio de bienes de consumo inmediato que retomaron su importancia en esta zona como a nivel estatal.

b. Estructura terciaria.

La estructura de la ciudad de Lagos de Moreno se enfoca principalmente en el comercio y servicios al consumidor. Entre 1980 y 1988, disminuye su participación de 89.5% a 78.0%, con una tasa de variación negativa de -0.6% anual, mientras que el rubro de comercio de bienes de consumo duradero conforma 44.0% en 1980, y decrece a una tasa negativa de -5.0% anual, por lo que para 1988, sería el comercio de bienes de consumo inmediato el de mayor importancia comprendiendo 30.6% de la estructura del PIB, aumentando a una tasa de crecimiento anual de 3.8% (cuadro 18 y 19).

En esta zona es importante analizar que estas dos categorías conforman la estructura principal en todos los periodos, sin embargo, el comercio de bienes de consumo inmediato, es una clase que no pierde representación dentro del estado de Jalisco a nivel nacional, mientras que el comercio de bienes de consumo inmediato si lo hace, por lo que esta zona, no pierde su importancia en el comercio y servicios al consumidor conforme avanzan los periodos siguientes.

Por su parte el comercio y servicios al productor conforma de 10.4% a 21.9% del producto, incrementándose a una tasa once veces mayor que los del consumidor de 11.0% anual, en donde en 1980 destacan los servicios profesionales que abarcan 9.1% y decrecen en -0.2%. Para 1988, el comercio de bienes de capital e intermedios comprende 13.8% con una tasa de 35.9%.

Cuadro 18
Lagos de Moreno: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 3.5 | 6.7 | 8.9 | 11.8 | 8.6 | 8.0 | 15.3 | 36.0 | 24.8 | 20.9 | 10.4 | 22.0 | 46.1 | 31.0 | 45.3 |
| 1.-Servicios profesionales | 2.0 | 3.8 | 6.2 | 8.0 | 5.7 | 3.9 | 6.9 | 30.9 | 14.8 | 11.4 | 9.1 | 8.2 | 32.5 | 13.8 | 14.6 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 2.0 | 3.8 | 6.2 | 8.0 | 5.7 | 3.9 | 6.9 | 30.9 | 14.8 | 11.4 | 9.1 | 8.2 | 32.5 | 13.8 | 14.6 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.5 | 2.9 | 2.7 | 3.9 | 2.9 | 4.2 | 8.5 | 5.2 | 10.0 | 9.5 | 1.3 | 13.8 | 13.6 | 17.2 | 30.7 |
| 731 Comercio al mayoreo | n.d | 0.6 | 0.6 | 0.8 | 0.6 | n.d | 3.4 | 2.2 | 3.4 | 5.6 | n.d | 7.3 | 10.0 | 5.7 | 25.0 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1.5 | 2.3 | 2.0 | 3.0 | 2.3 | 4.2 | 5.1 | 3.0 | 6.6 | 3.9 | 1.3 | 6.4 | 3.6 | 11.6 | 5.7 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 96.5 | 93.3 | 91.1 | 88.2 | 91.4 | 92.0 | 84.7 | 64.0 | 75.2 | 79.1 | 89.6 | 78.0 | 53.9 | 69.0 | 54.7 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 48.9 | 40.9 | 40.9 | 33.3 | 36.2 | 38.0 | 31.0 | 24.2 | 21.2 | 26.5 | 24.8 | 30.6 | 16.5 | 29.1 | 16.1 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 48.0 | 40.6 | 40.3 | 32.6 | 34.8 | 34.6 | 28.9 | 19.2 | 17.3 | 20.7 | 17.1 | 27.6 | 11.0 | 7.7 | 8.5 |
| 812 Supermercados | 0.6 | 0.1 | 0.4 | 0.5 | 0.7 | 0.8 | 0.2 | 3.8 | 2.5 | 3.0 | 3.0 | 0.3 | 3.9 | 7.0 | 0.9 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.3 | 0.7 | 2.6 | 2.0 | 1.3 | 1.4 | 2.8 | 4.7 | 2.7 | 1.6 | 14.4 | 6.7 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 14.0 | 12.2 | 11.3 | 15.5 | 13.5 | 15.7 | 12.5 | 9.2 | 21.6 | 13.8 | 10.0 | 8.2 | 6.9 | 11.7 | 7.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 8.9 | 7.7 | 6.9 | 9.9 | 7.7 | 10.0 | 7.7 | 5.9 | 8.2 | 8.6 | 6.3 | 5.6 | 3.8 | 2.2 | 3.6 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 2.6 | 2.1 | 2.5 | 3.0 | 3.5 | 1.8 | 1.3 | 1.1 | 1.5 | 1.8 | 0.7 | 0.6 | 0.4 | 0.3 | 0.6 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.3 | 1.6 | 1.3 | 2.1 | 1.8 | 0.8 | 0.9 | 0.6 | 1.1 | 1.3 | 0.5 | 1.0 | 0.3 | 0.2 | 0.4 |
| 824 Difusión e información | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 1.3 | 1.0 | 0.4 | 0.7 | 0.6 | 1.0 | 0.2 | 0.6 | 8.4 | 1.8 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.9 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | 0.4 | 1.9 | 1.5 | 1.2 | 10.2 | 1.5 | 1.6 | 0.7 | 1.8 | 0.6 | 1.4 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 21.6 | 27.1 | 24.2 | 23.5 | 27.6 | 21.6 | 24.2 | 18.1 | 17.0 | 22.7 | 44.0 | 26.6 | 22.5 | 21.5 | 22.8 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 19.5 | 25.3 | 22.6 | 21.8 | 25.7 | 18.1 | 19.6 | 13.7 | 14.2 | 18.6 | 40.7 | 18.2 | 14.9 | 11.1 | 11.7 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | n.d | 0.1 | 0.0 | 0.0 | n.d | n.d | 0.5 | 0.4 | 0.6 | n.d | n.d | 0.2 | 0.9 | 1.4 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.1 | 1.9 | 1.6 | 1.7 | 1.9 | 3.5 | 4.5 | 3.9 | 2.4 | 3.5 | 3.3 | 8.4 | 7.4 | 9.5 | 9.7 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 12.0 | 13.0 | 14.8 | 15.8 | 14.1 | 16.8 | 17.0 | 12.5 | 15.4 | 16.1 | 10.6 | 12.7 | 8.1 | 6.6 | 8.0 |
| 841 Reparaciones | 8.3 | 8.8 | 9.7 | 9.6 | 8.6 | 8.5 | 8.5 | 5.5 | 6.4 | 5.9 | 3.9 | 8.1 | 3.0 | 2.8 | 2.0 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.9 | 0.8 | 0.7 | 1.3 | 1.3 | 5.9 | 5.3 | 4.2 | 4.6 | 7.5 | 5.1 | 2.6 | 3.1 | 2.5 | 4.2 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2.8 | 3.5 | 4.4 | 4.9 | 4.2 | 2.5 | 3.1 | 2.8 | 4.4 | 2.7 | 1.7 | 1.9 | 1.9 | 1.4 | 1.8 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 19
Lagos de Moreno: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
(porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 13.1 | 15.3 | 15.4 | -7.5 | 3.3 | 15.1 | 38.8 | -1.5 | -3.3 | -2.4 | 11.1 | 26.5 | -1.7 | 10.0 | 4.0 |
| 1.-Servicios profesionales | 12.7 | 20.2 | 14.6 | -7.8 | 2.8 | 14.1 | 58.0 | -8.4 | -5.1 | -6.7 | -0.2 | 43.7 | -10.3 | 3.1 | -3.8 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 12.7 | 20.2 | 14.6 | -7.8 | 2.8 | 14.1 | 58.0 | -8.4 | -5.1 | -6.7 | -0.2 | 43.7 | -10.3 | 3.1 | -3.8 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 13.6 | 7.2 | 17.2 | -6.9 | 4.5 | 16.0 | 6.1 | 21.0 | -0.9 | 9.5 | 35.9 | 8.8 | 11.6 | 14.5 | 13.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | n.d | 8.4 | 14.9 | -7.8 | 2.9 | n.d | 7.2 | 16.2 | 10.6 | 13.4 | n.d | 16.1 | -5.0 | 37.2 | 14.2 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 10.1 | 6.9 | 17.9 | -6.7 | 4.9 | 8.9 | 5.3 | 24.0 | -9.9 | 5.7 | 23.6 | -2.8 | 34.3 | -11.4 | 9.1 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 3.8 | 8.5 | 8.2 | -0.7 | 3.6 | 5.0 | 10.6 | 9.6 | 1.2 | 5.3 | -0.6 | 1.3 | 11.8 | -2.7 | 4.3 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.9 | 9.0 | 4.6 | 0.2 | 2.4 | 3.5 | 11.4 | 3.3 | 4.7 | 4.0 | 3.8 | -3.6 | 19.2 | -9.4 | 3.9 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 2.1 | 8.8 | 4.4 | -0.1 | 2.1 | 3.7 | 7.8 | 3.9 | 3.8 | 3.8 | 7.4 | -9.2 | -0.8 | 4.0 | 1.6 |
| 812 Supermercados | -18.2 | 47.6 | 16.5 | 3.7 | 9.9 | -13.5 | 121.4 | -2.5 | 4.1 | 0.7 | -23.3 | 79.0 | 19.4 | -32.3 | -10.1 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.0 | 5.9 | 14.9 | 20.1 | 17.5 | 2.7 | 7.2 | 8.7 | 14.7 | 11.7 | -5.6 | -1.7 | 65.2 | -12.6 | 20.2 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 2.5 | 7.2 | 16.1 | -4.1 | 5.5 | 3.1 | 10.0 | 25.9 | -8.4 | 7.4 | -1.3 | 5.3 | 18.3 | -6.0 | 5.5 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 2.5 | 6.6 | 17.0 | -6.3 | 4.7 | 2.8 | 10.7 | 13.4 | 1.0 | 7.1 | -0.2 | 0.6 | -4.2 | 12.2 | 3.7 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.5 | 12.6 | 13.4 | 1.8 | 7.4 | 2.2 | 13.2 | 12.5 | 3.7 | 8.0 | 0.4 | 0.0 | 1.2 | 14.9 | 7.8 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 6.6 | 4.6 | 19.9 | -5.0 | 6.7 | 8.2 | 7.0 | 18.9 | 4.6 | 11.5 | 10.7 | -14.5 | -2.2 | 19.8 | 8.2 |
| 824 Difusión e información | -4.9 | 0.0 | 0.0 | 8.4 | 4.1 | 3.1 | -4.8 | 19.9 | -0.3 | 9.3 | -15.1 | 32.9 | 78.2 | -25.1 | 15.5 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.0 | 2.4 | 5.9 | 0.0 | 2.9 | 3.3 | 12.6 | 61.8 | -31.8 | 5.0 | -8.5 | 30.4 | -15.4 | 22.1 | 1.7 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 7.2 | 6.5 | 8.3 | 1.8 | 5.0 | 7.6 | 10.4 | 4.8 | 6.1 | 5.4 | -5.0 | 5.5 | 5.5 | 3.2 | 4.3 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 7.7 | 6.5 | 8.2 | 1.8 | 5.0 | 7.2 | 8.9 | 6.9 | 5.7 | 6.3 | -8.5 | 4.8 | 0.3 | 3.0 | 1.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | n.d | 0.0 | 0.0 | 0.0 | n.d | n.d | 1.7 | 8.3 | 4.9 | n.d | n.d | 45.2 | 11.8 | 27.4 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.4 | 5.5 | 10.8 | 0.8 | 5.7 | 9.6 | 13.4 | -3.9 | 8.2 | 2.0 | 13.5 | 6.4 | 12.0 | 2.3 | 7.1 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 5.3 | 11.8 | 10.4 | -3.7 | 3.1 | 6.3 | 10.0 | 10.7 | 1.0 | 5.7 | 3.4 | -0.3 | 2.3 | 5.8 | 4.0 |
| 841 Reparaciones | 5.0 | 11.3 | 8.7 | -3.7 | 2.3 | 6.2 | 7.1 | 9.4 | -1.3 | 3.9 | 11.1 | -10.5 | 4.7 | -4.8 | -0.2 |
| 842 Educación y cultura privados | 2.8 | 5.4 | 24.6 | -1.6 | 10.7 | 4.7 | 11.7 | 7.9 | 10.3 | 9.1 | -6.9 | 13.2 | 1.4 | 13.2 | 7.1 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 7.0 | 14.3 | 11.2 | -4.3 | 3.2 | 9.5 | 14.1 | 16.5 | -9.3 | 2.8 | 2.5 | 9.1 | -0.4 | 8.0 | 3.7 |
| Total | 4.2 | 9.0 | 8.9 | -1.4 | 3.6 | 6.1 | 17.0 | 6.1 | 0.1 | 3.1 | 1.2 | 9.1 | 6.4 | 2.0 | 4.2 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Proceso que coincide con la apertura de la economía mexicana, abriendo paso a un mayor desarrollo de las actividades dirigidas al productor.

El personal ocupado se concentra también en el comercio y servicios al consumidor pero con una proporción ligeramente menor que los establecimientos, disminuyendo de 92.0% a 84.6% entre 1980 y 1988, cuando pierde participación el comercio de bienes de consumo inmediato de 37.9% a 31.0%. Por su parte el comercio al productor se incrementa debido a la participación del comercio de bienes de consumo de capital e intermedios de 4.1% a 8.5% (cuadro 18).

El periodo de recuperación, se caracteriza por que la estructura del producto interno bruto, se centra en las actividades dirigidas al consumidor, abarcando 53.9% y creciendo a un ritmo de 1.3% anual, siendo la actividad primordial el comercio de bienes de consumo duradero que conforma 22.5% del PIB, con una tasa de crecimiento anual de 5.5%. El cambio de la estructura del producto estatal, orientada al comercio y servicios al productor, incide en Lagos de Moreno, dado que para 1993, este segmento del sector, crece a una tasa de 26.5% anual, abarcando 46.0% de la estructura, siendo los servicios profesionales los de mayor crecimiento, contemplando 32.4% del producto e incrementándose en 43.7% anual (cuadro 18 y 19).

Por otra parte los establecimientos tienen un comportamiento muy claro, se ubican principalmente en las actividades al consumidor variando de 93.3% en 1988 a 91.1% en 1993, siendo la categoría principal el comercio de bienes de consumo inmediato, el cual mantiene su presencia contemplando 48.9% en este periodo. Por su parte las unidades económicas referidas al productor presentan una tendencia creciente componiendo de 6.7% a 8.8% en el mismo periodo, en donde destacan los servicios profesionales los cuales varían de 3.8% a 6.2% (cuadro 18).

Para 1993 la población ocupada pierde participación en las actividades dirigidas al consumidor, dado que disminuyen a 64.0% en 1993, al igual que el comercio de bienes de consumo inmediato que comprende 24.2% del empleo en este año. Por el lado del productor son ahora los servicios profesionales los que toman importancia alcanzando 31.0% dentro de la estructura (cuadro 18).

Se puede constatar la vinculación económica de esta ciudad con respecto al estado dado que para 2003, el comercio y servicios al consumidor aumentan su importancia, mientras que los del productor la disminuyen. En el lapso que abarca entre 1993 y 2003, el PIB del comercio y servicios al consumidor aumenta su participación de 53.9% a 54.7% a una tasa de 4.3%, equivalente al crecimiento anual del comercio de

bienes de consumo duradero el cual, sobresale en este periodo conformando 22.8%, categoría que también se incrementa a nivel estatal (cuadro 3, 18 y 19). Por otro lado el comercio y servicios al productor modifica su participación de 46.0% a 45.3% con una variación de - 4%. Para 2003, los servicios profesionales pierden participación a un ritmo de -3.8% conformando 14.6% de la estructura, mientras que el comercio de bienes de capital e intermedios comprenden 30.7% de la estructura, dado que aumentan en 13% anual (cuadro 18 y 19).

Por su lado los establecimientos tienen un comportamiento muy claro, se ubican principalmente en las actividades al consumidor incrementándose a 91.4% en 2003, siendo la categoría principal, el comercio de bienes de consumo inmediato abarcando 36.2%. En 2003, las unidades económicas referidas al productor presentan una tendencia decreciente componiendo 8.6%, en donde destacan los servicios profesionales con 5.6% (cuadro 18).

Al término del periodo de recuperación – recesión, la población ocupada, disminuye su participación en el comercio y servicios al productor alcanzando 20.8% en 2003, cuando los servicios profesionales abarcan 11.3% en el mismo año. Por su parte el comercio y servicios al consumidor conforma 79.1%, y es el comercio de bienes de consumo inmediato los que abarcan la mayor proporción con 26.5% (cuadro 18).

Lagos de Moreno, tiene una clara orientación al comercio y servicios al consumidor en sus tres variables: producto interno bruto, establecimientos y empleo. Siendo el comercio de bienes de consumo el que toma mayor fuerza en las tres variables, sin embargo se debe de notar que el comercio de bienes de consumo duradero constituye una importante función en la zona, es de notar que estas dos ramas principales se diferencian en cuanto a que la primera es una categoría que no pierde representación dentro de Jalisco en el contexto nacional, mientras que el comercio de bienes de consumo inmediato si lo hace, sin embargo su dinamismo fue similar en el primer y último periodo. Si bien esta ciudad ofrece luces de una tendencia similar a la estatal con respecto a la disminución del comercio y servicios al consumidor y un aumento en las actividades dirigidas al productor, se debe subrayar que el comportamiento del comercio y servicios al consumidor en su último periodo toma fuerza en el comercio de bienes de capital e intermedios, mientras que a nivel estatal pierden importancia.

c. Dinámica terciaria.

Entre 1980 y 1988, se destaca el impulso de las actividades dirigidas al productor en el producto interno bruto, registrándose el mayor dinamismo en estas actividades con una tasa de 11.0%, principalmente por el comercio de bienes de capital e intermedios que crece a un ritmo de 36.0%.

Por su lado el comercio y servicios al productor mantiene un dinamismo negativo de -0.6%, en donde las categorías principales como el comercio de bienes de consumo inmediato presenta un ritmo de crecimiento anual de 3.8%, mientras que los servicios de consumo duradero de 3.4% anual (cuadro 19).

La dinámica mayor del producto terciario en esta ciudad se registra entre 1988 y 1993 con una tasa de crecimiento de 9.1%. En donde el dinamismo permanece en el comercio y servicios al productor con un ritmo anual de 26.5%, más del doble que el periodo anterior, rasgo de una economía abierta al exterior. Siendo los servicios profesionales, los que incorporan la mayor fuerza con 43.7%. Por su parte el comercio y servicios al consumidor se incrementa con una tasa de 1.3%, ahora es el comercio de bienes de consumo duradero los de mayor dinamismo con un aumento de 5.5% anual, mientras que cercano a este rubro se encuentran los servicios de consumo inmediato con 5.3% (cuadro 19).

Entre 1993 y 2003 el comercio y servicios al productor disminuyen su dinamismo en el producto terciario a 4.0% anual, mientras que el comercio de bienes de capital e intermedios se incrementan en una tasa de 13.0% anual. Por su lado los relacionados con el consumidor alcanzan un aumento similar de 4.3%, en donde la categoría más fuerte son los servicios de consumo inmediato con un crecimiento de 5.5% anual, superior a la tasa de crecimiento de las categorías principales que son el comercio de bienes de consumo inmediato y duradero (cuadro 19).

La incidencia del cambio en el modelo de desarrollo del país a partir de la década de los ochentas incide en la dinámica de las actividades dirigidas al productor aumentando su dinamismo hasta el periodo de desaceleración económica, su vinculación regional la ayuda a mantener este dinamismo. Se resalta que las categorías preeminentes en su estructura a lo largo de los tres periodos mantienen un mayor dinamismo que otras categorías entre 1980 y 1988, cediendo dinamismo a otros rubros a partir de 1988, como lo son en el comercio y servicios al consumidor en los servicios de consumo inmediato entre 1993 y 2003.

8. Declinación del sector servicios en Ciudad Guzmán

Ciudad Guzmán concentra 1.3% de los habitantes de Jalisco en 2000, se localiza en la porción sur del estado, ubicada en el corredor entre Manzanillo y Guadalajara, con una comunicación terrestre aceptable pero insuficiente. Su actividad industrial se ha desarrollado en los últimos años, tendiendo a diversificar su estructura y a aprovechar los recursos de la región, sin embargo la mayor parte de las plantas son de tamaño medio y de alcance local

a. Participación en el total estatal.

Ciudad Guzmán es en 1980, la tercer área con mayor participación en el territorio de Jalisco, concentrando 1.7% del producto interno bruto, 1.9% de los establecimientos y 1.8% del personal ocupado (cuadro 20).

En el periodo de crisis (1980-1988), la participación del producto interno bruto, decrece de 1.7% a 1.3%. Debido a que el comercio y servicios al productor como al consumidor sufren pérdidas. El comercio y servicios al productor disminuye en este periodo de 1.4% a 1.2%, siendo el comercio de bienes de capital e intermedios la categoría de mas participación, sin embargo esta decrece de 2.0% a 1.2%, opuesto al incremento de participación en esta categoría, que tiene el estado en el contexto nacional, por lo que se infiere que esta ciudad pierde importancia a medida que otras ciudades del sistema urbano tapatío la toman. Con respecto al comercio y servicios al consumidor estos también disminuyen de 1.8% a 1.4%, en donde los servicios de consumo duradero son los que tienen la mayor concentración de 2.0% a 2.1% (cuadro 20).

Los establecimientos dirigidos a las actividades al productor se incrementan de 1.2% a 2.0%, lo que disminuye la concentración de capital por unidad económica, reflejado en la actividad del comercio de bienes de capital e intermedios, los cuales aumentan de 1.3% a 1.7%, mientras que su producto aumenta. Esto no sucede en la categoría primordial del comercio y servicios al consumidor, que son los servicios de consumo duradero, los cuales incrementan sus establecimientos de 2.6% a 2.7%, al igual que el empleo y PIB (cuadro 20).

Cuadro 20
Ciudad Guzmán: participación del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total estatal)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 1.2 | 2.0 | 2.1 | 2.1 | 1.9 | 1.6 | 1.8 | 1.1 | 1.6 | 1.0 | 1.4 | 1.2 | 0.7 | 0.6 | 0.7 |
| 1.-Servicios profesionales | 1.1 | 2.2 | 2.3 | 2.1 | 2.1 | 1.6 | 2.3 | 1.1 | 1.6 | 0.9 | 0.3 | 1.1 | 0.7 | 0.5 | 0.4 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 1.1 | 2.2 | 2.3 | 2.1 | 2.1 | 1.6 | 2.3 | 1.1 | 1.6 | 0.9 | 0.3 | 1.1 | 0.7 | 0.5 | 0.4 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 1.3 | 1.7 | 1.8 | 2.1 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 1.1 | 1.6 | 1.2 | 2.0 | 1.2 | 0.7 | 0.7 | 0.9 |
| 731 Comercio al mayoreo | 0.9 | 1.3 | 1.3 | 2.1 | 2.0 | 1.5 | 2.1 | 1.1 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 1.1 | 0.8 | 1.5 | 1.4 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1.6 | 1.8 | 2.0 | 2.1 | 1.5 | 1.6 | 1.0 | 1.2 | 1.6 | 1.1 | 2.5 | 1.3 | 0.6 | 0.4 | 0.6 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1.9 | 2.1 | 2.3 | 2.1 | 2.1 | 1.8 | 1.9 | 1.9 | 1.6 | 1.7 | 1.8 | 1.4 | 1.6 | 1.2 | 1.3 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 1.9 | 2.1 | 2.2 | 2.1 | 2.1 | 1.7 | 1.7 | 2.1 | 1.6 | 1.8 | 2.0 | 1.4 | 2.3 | 1.4 | 1.6 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 1.8 | 2.1 | 2.2 | 2.1 | 2.0 | 1.8 | 2.0 | 2.0 | 1.6 | 1.8 | 2.4 | 1.6 | 2.3 | 1.1 | 1.6 |
| 812 Supermercados | 3.0 | 1.4 | 1.9 | 2.1 | 2.0 | 0.5 | 0.3 | 2.5 | 1.6 | 0.8 | 0.7 | 1.0 | 2.7 | 3.2 | 1.2 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 2.5 | 1.3 | 1.9 | 2.1 | 3.1 | 5.2 | 3.0 | 2.1 | 1.6 | 3.3 | 3.2 | 0.8 | 1.5 | 1.1 | 2.2 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 1.7 | 1.8 | 2.0 | 2.1 | 1.8 | 1.6 | 1.3 | 1.3 | 1.6 | 1.3 | 1.4 | 0.8 | 1.0 | 0.6 | 0.9 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 1.8 | 2.0 | 2.1 | 2.1 | 1.8 | 1.6 | 1.8 | 1.5 | 1.6 | 1.5 | 1.3 | 1.1 | 0.8 | 1.1 | 1.6 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1.5 | 1.7 | 1.9 | 2.1 | 1.9 | 3.1 | 1.4 | 1.5 | 1.6 | 1.5 | 3.4 | 1.3 | 1.7 | 1.1 | 1.5 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.5 | 1.3 | 1.7 | 2.1 | 2.0 | 1.6 | 0.7 | 1.0 | 1.6 | 0.9 | 0.5 | 1.3 | 0.8 | 1.1 | 0.7 |
| 824 Difusión e información | 1.2 | 1.3 | 2.2 | 2.1 | 2.0 | 1.6 | 2.8 | 2.0 | 1.6 | 1.6 | 1.2 | 1.2 | 1.4 | 0.1 | 0.3 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 1.0 | 0.9 | 1.1 | 2.1 | 2.0 | 0.7 | 0.4 | 0.5 | 1.6 | 0.5 | 1.3 | 0.3 | 1.3 | 1.1 | 0.2 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 1.9 | 2.1 | 2.4 | 2.1 | 2.1 | 1.9 | 2.1 | 2.1 | 1.6 | 1.8 | 1.9 | 1.5 | 1.4 | 1.5 | 1.6 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 1.8 | 2.0 | 2.3 | 2.1 | 2.1 | 1.9 | 1.9 | 2.0 | 1.6 | 1.8 | 2.3 | 1.1 | 1.4 | 1.7 | 1.5 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 2.8 | 0.9 | n.d | 2.0 | n.d | 1.2 | 0.2 | n.d | 0.1 | n.d | 0.1 | 0.0 | n.d | 1.0 |
| 833 Automotrices y autopartes | 3.1 | 3.3 | 2.8 | 2.1 | 2.9 | 3.1 | 3.7 | 3.1 | 1.6 | 2.3 | 1.8 | 3.0 | 1.8 | 1.1 | 2.0 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 2.6 | 2.7 | 2.6 | 2.1 | 2.4 | 2.0 | 2.3 | 2.2 | 1.6 | 1.8 | 2.0 | 2.1 | 1.5 | 1.1 | 0.9 |
| 841 Reparaciones | 2.9 | 2.8 | 2.6 | 2.1 | 2.6 | 3.1 | 2.8 | 2.5 | 1.6 | 2.3 | 2.4 | 2.9 | 2.3 | 1.1 | 1.9 |
| 842 Educación y cultura privados | 1.9 | 2.0 | 1.6 | 2.1 | 1.3 | 1.0 | 1.4 | 1.5 | 1.6 | 0.9 | 0.4 | 0.9 | 0.7 | 1.1 | 0.4 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2.0 | 2.6 | 2.6 | 2.1 | 2.4 | 1.6 | 2.3 | 2.3 | 1.6 | 2.4 | 3.4 | 2.0 | 1.7 | 1.1 | 1.4 |
| Total | 1.9 | 2.1 | 2.3 | 2.1 | 2.1 | 1.8 | 1.8 | 1.7 | 1.1 | 1.5 | 1.7 | 1.3 | 1.1 | 0.9 | 1.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

El personal ocupado aumenta su concentración en sus principales rubros, en el comercio y servicios al productor de 1.6% a 1.8, siendo los servicios profesionales la actividad preeminente, la cual abarca de 1.6% a 2.3% Mientras que la actividad dirigida al consumidor concentra en 1.8%, en donde la actividad de servicios de consumo duradero aumenta su personal de 2.0% a 2.3% en ese periodo (cuadro 20).

En 1993 el comercio y servicios al consumidor representan 1.6% del producto interno bruto, conformado en su mayor parte por el comercio de bienes de consumo inmediato, al alcanzar 2.2% en ese año, notándose una pérdida de importancia en los servicios de consumo duradero que disminuyen a 1.5%. En el periodo de recuperación relativa (1988-1993), las actividades dirigidas al productor decrecen su concentración del producto interno bruto de 1.2% a 0.7%, perdiendo participación por los bienes de capital e intermedios que disminuyen a 0.7% en 1993. Como se puede observar la apertura económica no incidió en este periodo en las actividades productivas de esta ciudad, dado que el comercio y servicios al productor tienden a decrecer, mientras que en la economía del estado aumenta su participación a nivel nacional (cuadro 20).

Por su parte las unidades económicas en el comercio y servicios al productor incrementan su concentración a 2.0% en 1993, en donde los servicios profesionales comprenden 2.3% del producto. Asimismo se registra un aumento en las actividades dirigidas al consumidor que concentran 2.3% en el mismo año, encontrándose que la rama predominante de los servicios duraderos abarca una concentración de 2.6% (cuadro 20).

El personal ocupado en el comercio y servicios al productor pierde importancia en 1993, cuando disminuyen los servicios profesionales a 1.1%, mientras que las actividades al consumidor retoman su fuerza al incrementarse a 1.9%, sin embargo esto es debido al crecimiento de ramas como el comercio de bienes de consumo inmediato conforman 2.0%, o del comercio de bienes de consumo duradero con 2.1%, dado que la principal que son los servicios de consumo duradero disminuye a 2.2% (cuadro 20).

La decadencia de la participación de la ciudad en las actividades dirigidas tanto al productor como al consumidor es evidente a lo largo de los tres periodos. Para 2003 el comercio y servicios al consumidor representan 1.3%, conformado en su mayor parte, por el comercio de bienes de consumo inmediato al alcanzar 1.6%. Por su parte las actividades dirigidas al productor disminuyen su concentración del producto interno bruto a 0.7%, perdiendo participación primordialmente por los servicios profesionales, dado que los bienes de capital e intermedios aumentan de 0.7% a 0.9%, se observa que

esta última categoría coincide con el aumento de su participación en el ámbito nacional (cuadro 20).

Las unidades económicas en el comercio y servicios al productor disminuyen su concentración a 1.9%, en donde los servicios profesionales comprenden 2.1% y el comercio de bienes de capital 1.6%. Asimismo se registra un decremento en las actividades dirigidas al consumidor que concentran 2.1% en el mismo año, encontrándose que la rama predominante son los servicios duraderos comprende 2.4% de las unidades estatales (cuadro 20).

En 2003, el personal ocupado en el comercio y servicios al productor pierde importancia, cuando disminuyen los servicios profesionales a 0.9%, al igual que las actividades al consumidor que decrecen a 1.7%, debido a la pérdida de participación del empleo en todas sus categorías (cuadro 20).

Ciudad Guzmán observa una pérdida de importancia en el sistema urbano tapatío, debido a la disipada concentración de su producto interno bruto y del empleo en el comercio y servicios tanto al productor como al consumidor, rasgo que no observan los establecimientos. La actividad en el comercio y servicios al consumidor, que más participación tiene en el primer periodo en sus tres variables, es la de los servicios de consumo duradero, sin embargo esta categoría disminuye su importancia en el contexto estatal. Con respecto a las actividades dirigidas al productor, se observa un incremento en las tres variables, sin embargo en el producto interno bruto, este aumento no es lo suficientemente fuerte para que el comercio y servicios al productor aumente su participación global en los tres periodos, por lo que se sostiene la pérdida de importancia de esta ciudad en el sistema urbano de Jalisco.

b. Estructura terciaria.

La estructura de Ciudad Guzmán se enfoca principalmente al comercio y servicios al consumidor, aunque su producto interno bruto disminuya de 65.2% a 65.0%, durante el periodo de crisis, modificándose a un ritmo de 0.7%. Siendo el comercio de bienes de consumo duradero el de mayor proporción abarcando de 29.7% a 34.2%, aumentando a una tasa anual de 0.3%. Por su parte el comercio y servicios al productor amplía su participación en el producto debido a los servicios profesionales que crecen a un ritmo de 19.6% anual, incrementándose en la estructura de 2.6% a 10.9% (cuadro 21 y 22).

Entre 1980 y 1988, las unidades económicas al productor aumentan de 6.5% a 8.8%, en donde en el primer año predominan los establecimientos dedicados al comercio de bienes de capital e intermedios con 3.5% mientras que para 1988 se orientan hacia los servicios profesionales abarcando 5.5% (cuadro 21 y 22).

Por su parte el comercio y servicios al consumidor disminuyen su preeminente participación en las unidades económicas de 93.5% a 91.2%. En esta etapa se observa una pérdida de concentración de capital en el comercio de bienes de consumo duradero, dado que los establecimientos aumentan de 22.1% a 26.7%, mientras que su producto disminuye. Por su lado el comercio de bienes de consumo inmediato incrementa su concentración de capital al decrecer sus establecimientos de 37.7% a 32.3%, mientras que su producto se acrecienta (cuadro 21 y 22).

El personal ocupado disminuye su participación en el comercio y servicios al consumidor de 84.6% a 80.3%. Decreciendo su productividad parcial del trabajo en el comercio de bienes de consumo duradero, al incrementarse el empleo de 24.85% a 28.4% cuando el producto disminuye. En el empleo dirigido al productor observamos el aumento de su participación de 15.4% a 19.7%, mientras que la población ocupada en los bienes de capital e intermedios reducen su participación de 10.5% a 8.3% en este periodo (cuadro 21 y 22).

El periodo de recuperación relativa (1988-1993), inmerso en la apertura económica, no marca un cambio trascendental en la estructura de esta ciudad, dado que las actividades al consumidor siguen predominando, aumentando su participación en el producto interno bruto a 67.9% en 1993. La categoría predominante es el comercio de bienes de consumo duradero, que abarca 28.6% de la estructura en 1988, pero si decrece a una tasa negativa de -2.3%. En este periodo el comercio y servicios de bienes de consumo inmediato aumenta su importancia al conformar de 19.9% a 24.3% de la estructura del producto, manteniendo una tasa de crecimiento de 4.2% anual. El comercio y servicios al productor disminuirá su participación de 35.0% a 32.0%, a pesar del incremento en los servicios profesionales, que va del 10.1% a 11.3%, que prosperan a una tasa de 2.3% anual, mayor a la del comercio de bienes de capital.

Para 1993 los establecimientos al productor se amplían a 9.7% debido al incremento de las unidades referidas a los servicios profesionales que aumentan de 5.4% a 6.0%, en donde su productividad por trabajador se incrementa, al disminuir su personal ocupado de 11.4% a 7.6% (cuadro 21 y 22).

Cuadro 21
Ciudad Guzmán: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 6.5 | 8.8 | 9.7 | 12.6 | 10.2 | 15.4 | 19.7 | 15.5 | 47.1 | 19.8 | 34.8 | 35.1 | 32.0 | 40.0 | 34.9 |
| 1.-Servicios profesionales | 3.0 | 5.5 | 6.1 | 7.0 | 7.0 | 4.8 | 11.4 | 7.6 | 28.9 | 10.7 | 2.6 | 10.2 | 11.4 | 11.0 | 7.5 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 3.0 | 5.5 | 6.1 | 7.0 | 7.0 | 4.8 | 11.4 | 7.6 | 28.9 | 10.7 | 2.6 | 10.2 | 11.4 | 11.0 | 7.5 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 3.5 | 3.3 | 3.6 | 5.6 | 3.2 | 10.6 | 8.3 | 8.0 | 18.2 | 9.1 | 32.2 | 24.9 | 20.7 | 29.0 | 27.4 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.1 | 0.6 | 0.6 | 1.2 | 0.9 | 5.2 | 3.9 | 3.1 | 5.9 | 4.3 | 9.6 | 9.2 | 10.7 | 17.4 | 17.8 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 2.4 | 2.8 | 3.0 | 4.4 | 2.3 | 5.5 | 4.4 | 4.9 | 12.4 | 4.8 | 22.6 | 15.6 | 10.0 | 11.7 | 9.7 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 93.5 | 91.2 | 90.3 | 87.4 | 89.8 | 84.6 | 80.3 | 84.5 | 100.0 | 80.2 | 65.2 | 64.9 | 68.0 | 60.0 | 65.1 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 37.7 | 32.6 | 32.4 | 29.3 | 28.6 | 23.5 | 19.7 | 25.3 | 27.0 | 22.3 | 14.9 | 20.0 | 24.3 | 15.6 | 19.2 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 36.8 | 32.1 | 31.9 | 28.3 | 27.4 | 20.4 | 18.2 | 21.1 | 22.2 | 17.7 | 10.3 | 14.4 | 15.5 | 7.6 | 11.7 |
| 812 Supermercados | 0.5 | 0.3 | 0.4 | 0.8 | 0.7 | 0.8 | 0.4 | 3.5 | 3.7 | 1.6 | 1.4 | 4.3 | 7.3 | 6.0 | 3.2 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.4 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.6 | 2.3 | 1.1 | 0.8 | 1.1 | 3.0 | 3.3 | 1.2 | 1.5 | 1.9 | 4.3 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 15.3 | 12.3 | 13.2 | 16.1 | 14.8 | 17.3 | 13.2 | 13.0 | 24.3 | 14.2 | 10.2 | 5.5 | 8.4 | 8.4 | 8.8 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 9.9 | 8.4 | 8.8 | 9.4 | 8.9 | 8.7 | 8.4 | 8.6 | 14.0 | 9.9 | 3.1 | 3.0 | 3.7 | 3.7 | 6.3 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.5 | 2.8 | 2.8 | 4.3 | 3.9 | 4.3 | 1.5 | 1.8 | 3.1 | 1.8 | 1.8 | 0.8 | 1.1 | 0.4 | 0.8 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.0 | 0.6 | 1.1 | 1.6 | 1.4 | 1.2 | 0.6 | 0.8 | 2.1 | 0.9 | 0.2 | 0.5 | 0.6 | 1.1 | 0.7 |
| 824 Difusión e información | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.1 | 1.5 | 0.9 | 0.7 | 0.5 | 1.3 | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.3 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.5 | 0.3 | 0.3 | 0.5 | 0.5 | 2.0 | 1.1 | 0.9 | 4.4 | 1.1 | 3.8 | 0.9 | 2.6 | 2.9 | 0.7 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 22.1 | 26.7 | 27.2 | 25.4 | 29.5 | 24.9 | 28.4 | 27.2 | 27.0 | 26.5 | 29.7 | 28.6 | 25.3 | 28.0 | 28.5 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 19.6 | 23.5 | 24.8 | 23.6 | 26.6 | 19.5 | 21.3 | 21.9 | 23.8 | 21.9 | 18.2 | 16.3 | 18.6 | 22.8 | 19.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 0.1 | 0.1 | n.d | 0.1 | n.d | 0.5 | 0.1 | n.d | 0.1 | n.d | 0.1 | n.d | n.d | 1.2 |
| 833 Automotrices y autopartes | 2.5 | 3.0 | 2.3 | 1.8 | 2.9 | 5.3 | 6.6 | 5.2 | 3.2 | 4.5 | 11.5 | 12.2 | 6.6 | 4.4 | 7.7 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 18.4 | 19.6 | 17.6 | 16.5 | 16.9 | 18.9 | 18.9 | 19.0 | 21.7 | 17.1 | 10.5 | 10.8 | 10.0 | 8.0 | 8.6 |
| 841 Reparaciones | 13.5 | 13.4 | 11.7 | 10.1 | 11.4 | 12.3 | 11.2 | 10.6 | 9.9 | 8.2 | 5.6 | 7.0 | 5.6 | 3.5 | 4.3 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.9 | 0.9 | 0.8 | 1.3 | 0.8 | 3.5 | 3.2 | 3.4 | 5.9 | 3.3 | 0.7 | 1.3 | 1.9 | 2.8 | 1.8 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 4.0 | 5.3 | 5.1 | 5.1 | 4.7 | 3.1 | 4.5 | 5.0 | 5.9 | 5.6 | 4.2 | 2.5 | 2.5 | 1.6 | 2.5 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro 22
Ciudad Guzmán: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|-------------|--------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 9.9 | 13.9 | 9.7 | -3.6 | 2.8 | 9.6 | 2.6 | 21.1 | -5.7 | 6.9 | 0.9 | -1.6 | 3.2 | 2.8 | 3.0 |
| 1.-Servicios profesionales | 14.1 | 14.1 | 7.1 | 0.6 | 3.8 | 18.4 | -0.9 | 26.9 | -8.0 | 8.0 | 19.6 | 2.4 | -1.9 | -2.1 | -2.0 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 14.1 | 14.1 | 7.1 | 0.6 | 3.8 | 18.4 | -0.9 | 26.9 | -8.0 | 8.0 | 19.6 | 2.4 | -1.9 | -2.1 | -2.0 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 5.1 | 13.4 | 13.5 | -10.2 | 1.0 | 3.0 | 6.7 | 14.5 | -2.5 | 5.6 | -2.4 | -3.5 | 5.7 | 4.4 | 5.0 |
| 731 Comercio al mayoreo | -2.3 | 13.7 | 18.0 | -5.3 | 5.7 | 2.5 | 2.6 | 10.5 | 5.4 | 7.9 | 0.3 | 3.1 | 8.8 | 6.1 | 7.4 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 7.5 | 13.4 | 12.5 | -11.7 | -0.3 | 3.5 | 9.8 | 16.7 | -7.4 | 4.0 | -3.7 | -8.5 | 1.9 | 1.7 | 1.8 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 5.5 | 11.4 | 3.3 | 1.2 | 2.3 | 5.5 | 8.7 | 0.4 | 7.3 | 3.8 | 0.7 | 1.1 | -3.7 | 7.3 | 1.7 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 3.9 | 11.5 | 2.0 | 0.1 | 1.1 | 3.9 | 13.1 | -1.7 | 7.9 | 3.0 | 4.5 | 4.2 | -9.7 | 10.1 | -0.3 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 4.0 | 11.5 | 1.6 | 0.0 | 0.8 | 4.7 | 10.8 | -1.9 | 7.1 | 2.5 | 5.1 | 1.6 | -14.3 | 14.9 | -0.8 |
| 812 Supermercados | 0.0 | 12.9 | 23.0 | -4.3 | 8.5 | -1.6 | 64.0 | -1.6 | -4.7 | -3.1 | 16.4 | 11.2 | -5.1 | -6.9 | -6.0 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | -8.3 | 14.9 | 8.8 | 28.0 | 18.0 | -3.6 | 0.7 | 3.8 | 37.9 | 19.6 | -11.0 | 4.8 | 3.9 | 24.1 | 13.5 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 3.1 | 13.1 | 8.3 | -0.9 | 3.6 | 2.7 | 7.3 | 10.0 | 0.7 | 5.3 | -6.7 | 8.8 | -1.1 | 6.6 | 2.7 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 3.6 | 12.8 | 5.4 | -0.5 | 2.4 | 5.8 | 8.0 | 7.1 | 4.5 | 5.8 | 0.5 | 4.2 | -1.2 | 17.8 | 7.8 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 2.9 | 11.6 | 13.4 | -1.2 | 5.8 | -6.8 | 11.0 | 8.4 | 0.7 | 4.5 | -8.7 | 7.2 | -19.7 | 21.9 | -1.1 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 0.0 | 23.8 | 12.9 | -1.8 | 5.3 | -2.1 | 14.2 | 16.7 | -4.7 | 5.5 | 11.5 | 2.1 | 11.7 | -2.2 | 4.5 |
| 824 Difusión e información | 3.7 | 8.4 | 7.8 | -11.1 | -2.1 | 11.1 | -2.6 | -8.3 | 4.4 | -2.2 | -15.5 | 7.1 | -2.0 | -2.2 | -2.1 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | -2.3 | 9.9 | 17.3 | -0.3 | 8.2 | -1.6 | 3.2 | 33.0 | -14.6 | 6.6 | -16.3 | 24.2 | 0.9 | -21.2 | -10.8 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 8.3 | 12.1 | 2.6 | 3.7 | 3.2 | 8.0 | 6.6 | -3.1 | 11.8 | 4.1 | 0.3 | -2.3 | 0.8 | 6.0 | 3.3 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 8.3 | 12.9 | 3.0 | 3.1 | 3.0 | 7.4 | 8.2 | -1.3 | 10.3 | 4.3 | -0.6 | 2.8 | 2.8 | 2.5 | 2.6 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d. | 0.0 | n.d. | n.d. | -0.4 | n.d. | -23.7 | n.d. | n.d. | 2.5 | n.d. | -12.1 | n.d. | n.d. | 46.8 |
| 833 Automotrices y autopartes | 8.3 | 5.7 | -1.1 | 10.7 | 4.6 | 9.2 | 2.3 | -12.0 | 20.6 | 3.0 | 1.6 | -11.3 | -9.2 | 18.3 | 3.7 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 6.6 | 9.3 | 2.8 | 1.1 | 1.9 | 6.3 | 7.7 | -0.4 | 7.0 | 3.2 | 1.2 | -1.4 | -5.6 | 7.0 | 0.5 |
| 841 Reparaciones | 5.7 | 8.6 | 1.1 | 3.0 | 2.0 | 5.0 | 6.4 | -4.2 | 8.0 | 1.7 | 3.6 | -4.1 | -10.1 | 9.7 | -0.7 |
| 842 Educación y cultura privados | 5.2 | 8.9 | 16.1 | -9.2 | 2.7 | 5.1 | 8.6 | 8.4 | 0.2 | 4.2 | 9.7 | 7.5 | 7.5 | -3.7 | 1.7 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 9.7 | 10.9 | 3.9 | -0.7 | 1.6 | 11.3 | 10.0 | 0.2 | 10.8 | 5.3 | -5.5 | 0.0 | -9.2 | 14.9 | 2.1 |
| Total | 5.8 | 11.7 | 4.0 | 0.7 | 2.3 | 6.2 | 7.6 | -3.0 | 12.1 | 4.3 | 0.8 | 0.2 | -1.3 | 5.6 | 2.1 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de,

Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Las unidades económicas destinadas al consumidor comprenden 90.3% en 1993. En donde los establecimientos de comercio de bienes de consumo inmediato decrecen de 32.6% a 32.3% en el lapso de 1988 a 1993, el empleo aumenta de 19.7% a 25.3%. Lo que implica que si su producto aumenta, la concentración de capital se incrementa, dentro de las unidades económicas, pero la productividad del trabajador por unidad disminuye (cuadro 21 y 22).

Es de notar que el mayor crecimiento del comercio y servicios al productor, se da en el periodo de recuperación-recesión, el cual aumenta de 32% a 34.9%, con una tasa de crecimiento anual de 3.0%, cuando el comercio de bienes de capital se incrementa de 20.6% a 27.4% (cuadro 21 y 22). Se resalta en esta categoría una extensión de la concentración del capital, dado que los establecimientos disminuyen de 3.6% a 3.1%, mientras que la productividad del empleo por unidad económica decrece, cuando la población ocupada aumenta de 8.0% a 9.0% (cuadro 21 y 22).

Por su parte las actividades dirigidas al consumidor disminuyen su producto interno bruto de 68.0% a 65.0%, cuando retoma su importancia el comercio de bienes de consumo duradero que aumenta su participación en el producto de 25.2% a 28.5% con una dinámica de 3.3% anual, debido en parte al aumento de productividad de su población ocupada que decrece de 27.1% a 26.5% en el mismo periodo, no registrándose en los establecimientos un incremento de la concentración del capital debido a que aumentan de 27.2% a 29.5% (cuadro 21 y 22).

Los cambios realizados en el modelo económico mexicano para impulsar la actividad productiva no tuvieron gran impacto en el producto interno bruto de esta zona urbana, dado que las actividades del comercio y servicios al productor permanecen casi constantes, no así el incremento de su número de establecimientos, ni su personal ocupado, lo que predice una pérdida de productividad parcial del trabajo y una menor concentración de capital en las unidades económicas a nivel global. Es clara la orientación de esta ciudad hacia las actividades dirigidas al consumidor, en donde sobresale el comercio de bienes de consumo duradero, tanto en la generación del empleo como del producto interno bruto, dado que los establecimientos se enfocan primordialmente al comercio de bienes de consumo inmediato, sobre todo en los primeros periodos que se caracterizan por una mayor concentración de capital.

c. Dinámica terciaria.

En la década perdida, la estructura de esta ciudad está enfocada al comercio y servicios al consumidor, sin embargo en el lapso 1980-1988, se observa un crecimiento mínimo de este rubro, con una tasa de 0.7%. El detrimento del poder adquisitivo a partir de 1982, propicia en parte, el mayor dinamismo de 4.5%, en el comercio de bienes de consumo inmediato, dado que crece cuatro veces más que cualquier otra categoría. Por su lado el producto interno bruto de los servicios al productor, tiene un dinamismo creciente de 0.9% anual, debido a la importancia que toman los servicios profesionales en la creación del producto interno bruto, a pesar de que no son las actividades predominantes como el comercio de bienes de capital e intermedios (cuadro 22).

Entre 1988 y 1993, la dinámica del producto terciario, del comercio y servicios al productor es negativa en este lapso, a contraposición de lo que sucede en el contexto económico mexicano, en donde la mayor dinámica es registrada en este periodo. Las actividades dirigidas al productor decrecen a una tasa de -1.6%, determinada por un menor crecimiento en los servicios profesionales y la declinación del comercio de bienes de capital. Por su parte las actividades dirigidas al consumidor aumentan a un ritmo de 1.0% anual, en donde ya no es el comercio de bienes de consumo inmediato el más dinámico, debido a la recuperación relativa de la economía, en este periodo son los servicios de consumo inmediato los de mayor dinamismo con 8.8% (cuadro 22).

Para el último periodo comprendido entre 1993 y 2003, el comercio y servicios al productor registran su mayor tasa de crecimiento de 3.0% anual, similar al 3.13% del estado. En donde las actividades principales se trasladan al comercio de bienes de capital aumentando a un ritmo de 5.0%. El mayor dinamismo del comercio y servicios al consumidor está registrado en este periodo con 1.7% anual, debido al comercio de bienes de consumo duradero, que crece a un ritmo de 3.3% menor a la registrado en Jalisco, que es de 2.0%, por lo que ésta actividad retoma su jerarquía en este periodo (cuadro 4 y 22).

A pesar de que la mayor dinámica esta registrada en el comercio y servicios al productor, en especial en los servicios profesionales en los primeros dos periodos y en el comercio de bienes de capital e intermedios en el último, el enfoque de esta ciudad esta dirigido hacia las actividades del consumidor, siendo las actividades más dinámicas, la del comercio de bienes de consumo inmediato en los primeros dos periodos y el comercio de bienes de consumo duradero en el último lapso.

Conclusiones

Siguiendo el proceso experimentado desde mediados del siglo XX en países como Estado Unidos, en México, el sector servicios predomina en la estructura económica en 2003. Conformando 67.3% del producto interno bruto y 58.4% de la población económicamente activa. Según Cuentas Nacionales para 2004, Jalisco es la cuarta entidad que aporta la mayor proporción del producto interno bruto en México, constituyendo 6.2% de éste, sólo por debajo del Distrito Federal, del Estado de México y de Nuevo León. Sin embargo en el periodo analizado de 1980 a 2003, el estado observó una mayor y creciente participación en el sector servicios, al pasar de 6.8% a 7.4% del producto interno bruto nacional y de 7.5% a 7.7% de la población ocupada mexicana, con lo cual se demuestra un dinamismo significativo de Jalisco en relación del desarrollo nacional (cuadro 2).

El cambio del modelo económico desde los inicios del siglo XX, modifica significativamente la estructura terciaria nacional, cuando en 1998 el comercio y los servicios al productor encabezan la estructura del producto interno bruto terciario nacional con 54.4%, sin embargo ésta característica fue más evidente en Jalisco desde 1993, cuando éste conforma 51.0% de la estructura terciaria tapatía (cuadro 3 y A-10).

Cabe destacar que el sector terciario jalisiense, se comporta de acuerdo a su localización geográfica, a las políticas impulsadas dentro del estado para fomentar la inversión, y a las características de su estructura productiva. El comportamiento de Jalisco, se diferencia del proceso nacional, dado que en el periodo de crisis (1980-1988), el estado es capaz de mantener un crecimiento positivo, al contar con una sólida base productiva anclada tanto en el mercado regional como en el extranjero, gracias a las políticas de provisión de infraestructura y atracción de inversiones, sin embargo es evidente que al estar enlazada con la economía norteamericana sufre una recesión en su crecimiento en el último periodo (1993-2003), al igual que sucede a nivel nacional.

La reestructuración económica fortalece diferentes categorías de actividad, que en un principio tenían importancia en el estado. En un primer momento la estructura terciaria jalisiense estaba orientada al comercio y servicios al consumidor, teniendo como base principal los bienes de consumo duradero, los cuales van perdiendo importancia, al disminuir su concentración en el producto de 26.0% a 18.1% entre 1980 y 2003, al igual el personal ocupado, que decrece de 22.5% a 21.8%.

Cuadro 23
Jalisco: PIB de comercio y servicios al productor y consumidor, por ciudades, 1980-2003
(porcentajes verticales)

| | | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
|----------------------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Total Estatal | | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Total seis ciudades | | 92.1 | 88.5 | 92.3 | 90.9 | 90.3 |
| ZMG | Total | 83.7 | 79.3 | 83.5 | 77.9 | 79.1 |
| | Productor | 90.7 | 81.0 | 88.9 | 83.9 | 82.6 |
| | Consumidor | 78.9 | 78.2 | 77.9 | 70.2 | 75.4 |
| ZMPV | Total | 4.4 | 5.6 | 4.8 | 9.1 | 6.0 |
| | Productor | 2.1 | 3.5 | 3.0 | 7.9 | 3.9 |
| | Consumidor | 6.0 | 6.9 | 6.7 | 10.5 | 8.3 |
| ZMO | Total | 0.6 | 0.7 | 0.9 | 1.0 | 1.2 |
| | Productor | 0.4 | 0.2 | 0.6 | 0.9 | 1.3 |
| | Consumidor | 0.7 | 1.0 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| Tepatitlán | Total | 0.8 | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 1.9 |
| | Productor | 0.3 | 0.6 | 0.9 | 0.6 | 2.4 |
| | Consumidor | 1.2 | 1.0 | 1.2 | 1.5 | 1.4 |
| Lagos de Moreno | Total | 0.9 | 0.7 | 0.9 | 1.1 | 1.0 |
| | Productor | 0.2 | 0.4 | 0.8 | 0.6 | 0.9 |
| | Consumidor | 1.3 | 0.9 | 1.0 | 1.7 | 1.1 |
| Ciudad Guzmán | Total | 1.7 | 1.3 | 1.1 | 0.9 | 1.0 |
| | Productor | 1.4 | 1.2 | 0.7 | 0.6 | 0.7 |
| | Consumidor | 1.8 | 1.4 | 1.6 | 1.2 | 1.3 |
| Resto del Estado | Total | 7.9 | 11.5 | 7.7 | 9.1 | 9.7 |
| | Productor | 4.9 | 13.1 | 5.1 | 5.5 | 8.2 |
| | Consumidor | 10.0 | 10.5 | 10.4 | 13.6 | 11.2 |

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

Mientras que la rama que toma importancia debido a su productividad y dinamismo, es el comercio de bienes de capital, que se encuentra en las actividades dirigidas al productor, incrementando su concentración en el producto, de 27.3% a 30.8%, mientras que el empleo disminuye de 12.2% a 11.0%, evidenciando su productividad.

Una de las características de las actividades terciarias es su concentración en las zonas metropolitanas y principales ciudades, debido a que se rigen por las economías de escala, de aglomeración y localización. En Jalisco 92.1% del producto terciario en 2003 se concentra en las seis ciudades analizadas (cuadro 23). Siendo la ZMG el polo de desarrollo primordial, jerarquía derivada de su desarrollo histórico y urbano. Se debe notar que la ZMG, observa un comportamiento similar al del estado en su estructura, es decir, el comercio de bienes de consumo duradero decrece a favor del comercio de bienes intermedios y de capital. Consolidándose como un centro con actividades terciarias dirigidas al productor al representar 82.6% del total estatal en 2003, mientras que las del consumidor en el mismo año comprenden 75.4% (cuadro 23). Debido principalmente a la puesta en práctica de políticas públicas para la competitividad en la ZMG, las cuales dotaron de una mayor fuerza para el asentamiento de la actividad empresarial nacional como extranjera, gran parte proveniente de la industria electrónica, fomentando en mayor grado el desarrollo del comercio y servicios al productor sobre los del consumidor durante la década perdida. La ZMG es el eje principal de la actividad económica, aunque parte de una elevada concentración del PIB terciario tapatío de 83.7% y la reduce a 79.1%, entre 1980 y 2003 (cuadro 23).

Si bien la presencia de la zona metropolitana de Guadalajara es aún predominante en el sistema urbano de Jalisco, se presenta cierta descentralización hacia el interior del estado. Al decrecer su participación en el producto terciario en cinco puntos porcentuales, mientras que la ZMPV, aumenta de 4.4% a 6.0% entre 1980 y 2003, la ZMO y Tepatlán duplican su participación, y el resto del estado amplía su producto de 7.9% a 9.7 por ciento (cuadro 23). Asimismo se observa que las funciones que se disipan en el contexto nacional, toman importancia en algunas ciudades, como lo es el comercio de bienes de consumo duradero, rama que adquiere relevancia en las ZMO y en la ZMPV. Así como en el periodo recesivo, ciudades como Tepatlán o la ZMO aumentan su concentración en el producto del comercio y servicios al productor, cuando éste decrece en Jalisco.

Es importante destacar que la localización, tanto de las zonas metropolitanas como de las ciudades, es un factor que incide en su forma de desarrollo, como lo es la

ZMPV, que ofrece rasgos distintos a las demás zonas metropolitanas y ciudades dadas su ubicación geográfica. Debido a que es un área insuficientemente conectada con el sistema urbano, las actividades industriales están poco desarrolladas, lo que impulsa las actividades vinculadas al turismo y al comercio debido a la cercanía con la costa, siendo su principal motor económico, el comercio y servicios al consumidor (cuadro 23).

Las actividades que más aportan al producto interno en la ZMPV son: los servicios de consumo inmediato, en las actividades dirigidas al consumidor, mientras que en las del productor son los servicios profesionales. Sus características hacen de esta zona, la segunda en importancia en la participación del producto interno bruto a nivel estatal, incrementándose de 4.4% a 6.0% entre 1980 y 2003 (cuadro 8).

Por su parte la ZMO, participa en el producto interno bruto con las actividades dirigidas al consumidor en 1980 (cuadro 23), con el comercio de bienes y servicios de consumo inmediato, pero para 2003 serán los servicios profesionales los que tomen importancia en el producto terciario, por lo que las actividades dirigidas al productor proveerán su mayor participación dentro de Jalisco (cuadro 11 y 23).

Las ciudades del sistema tapatío ofrecen rasgos similares, orientándose al comercio y servicios al consumidor como Tepatitlán entre 1980 y 1993 o Lagos de Moreno en sus tres periodos. Coincide con lo que plantea la teoría, refiriéndose a que los servicios al consumidor tienden a seguir en mayor medida los mercados. Lagos de Moreno, tiene muy definida orientación al comercio y servicios al consumidor, dado que en ningún periodo las actividades dirigidas al productor son preeminentes (cuadro 23). El comercio y servicios de consumo duradero como inmediato son los más importantes, debido a la problemática que presenta su territorio para la provisión de servicios para el asentamiento de la industria, aún cuando el dinamismo del comercio y servicios al productor es superior en los primeros periodos.

Tepatitlán incrementa su participación en el producto interno bruto terciario entre 1993 y 2003, debido al aumento de los servicios profesionales, que decrecen en el estado, lo que supone una absorción de estas funciones de otras ciudades del sistema urbano. La ciudad es prominentemente comercial en el transcurso de 1980 a 1998, basando sus actividades en el comercio de bienes de consumo duradero y para 2003, en las actividades dirigidas al productor fundamentadas en los servicios profesionales (cuadro 14 y 23).

En Ciudad Guzmán la actividad predominante es la dirigida al consumidor, basada en el comercio de bienes de consumo duradero, tanto en la generación del

empleo como del producto (cuadro 20 y 23). Su pérdida de importancia en ambas variables en el sistema urbano de Jalisco, es visible tanto por el lado del productor como del consumidor, cabe indicar que el crecimiento del empleo y de las unidades económicas induce una menor concentración de capital por unidad económica y una pérdida de productividad parcial del trabajo.

Con base a lo analizado se concluye que Jalisco ostenta una superconcentración de sus actividades económicas en la ZMG, nodo preeminente del sistema urbano jalisciense. Esto se observa tanto en el comercio y servicios al productor como al consumidor, características originadas tanto por su formación histórica, así como por las determinantes de localización y concentración del sector servicios, con las particularidades que el sector ha tomado en el territorio mexicano.

No fue posible en este estudio analizar los determinantes de la organización de las actividades terciarias en Jalisco, como la influencia que ejercen las políticas económicas o las características internas de cada territorio que inciden en localización del sector servicios. Se espera, no obstante, que sea la base de posibles estudios futuros que busquen examinar a profundidad las razones de estos cambios y la vinculación económica interna al interior de Jalisco, así como la provisión de políticas públicas que expliquen los cambios ocurridos en la estructura económica terciaria.

Bibliografía

Angoa, M. (2003), *La distribución espacial de los servicios en la zona metropolitana de Puebla, 1988-1998*, México, El Colegio de México (tesis de Maestría en Estudios Urbanos y Ambientales).

Begg, Ian (1993), "The service sector in regional development", *Regional Studies*, 27 (8): 817-825.

Bell, Daniel (1976), *The coming of post-industrial society*, New York, Basic Books Publishers.

Castells, Manuel (1989), *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Oxford, Blackwell.

Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (1994), *La viabilidad del Modelo de Desarrollo Económico de México*, México, Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, A.C. Consejo Coordinador Empresarial.

Clark, Collin (1957), *The conditions of economic progress*, Londres, Macmillan.

Daniels, Peter (1985), *Service industries a geographical appraisal*. New York, Methuen.

Daniels, Peter (1993), *Service Industries in the World Economy*, Cambridge, Blackwell.

Delauney Jean Claude, Jean Gadrey (1992), *Service in Economic Thought: Three centuries of debate*, Boston, Kluwer academic publishers.

De la Garza, Enrique y Salas Carlos (2006), *Situación del trabajo en México*, México, UAM Plaza y Valdés- IET

De Mateo, Fernando y Françoise Carner (1988), “El sector servicios en México: un diagnóstico preliminar”, *Comercio Exterior* 38 (1): 3-14.

Fisher, Allan (1939), “Production primary, secondary, tertiary”, *Economic record*, XV (16): 24-38.

Fuchs, Victor (1969), *Production and Productivity in the service industries*, New York, Columbia University Press.

Garza, Gustavo (2006), “La Revolución Terciaria”, José Luis Lezama y José B. Morelos (coords.), *Población, ciudad y medio ambiente en el México contemporáneo*, México, El Colegio de México.

_____ (coord.), (2006), *La organización espacial del sector servicios en México*, México, El Colegio de México.

_____ (2004), “Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-1998”, *Estudios Demográficos y Urbanos*, 19 (55):7-75.

_____ (2003), *La Urbanización de México en del siglo XX*, México, El Colegio de México.

_____ (1976), “El desarrollo urbano de México: diagnóstico y perspectivas”, *Revista Interamericana de planificación*, 10 (37): 9-16.

Grajales, Sara (2001). *La estructura espacial del sector servicios en la ciudad de México*, México, El Colegio de México (tesis de Maestría en Estudios Urbanos y Ambientales).

Giarini, Orio (1987), *The emerging service economy*, New York, Pergamon Press.

González, Sergio (2003), “Competitividad de las ciudades del Occidente de México, en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y la globalización, 1988-1998”, Arroyo, Jesús y Salvador Berumen (comps.)

Competitividad: implicaciones para empresas y regiones, México, Universidad de Guadalajara.

Ibarra, Guillermo (1995), *Economía Terciaria y Desarrollo Regional*, México, UAS.

INEGI (1980), *Características del sector servicios en México*, México, INEGI.

Lustig, Nora (1994), *México: hacia la reconstrucción de una economía*, México, Fondo de Cultura Económica.

Marshall, Neil, Peter Wood (1995), *Service and Space*, New York, Longman Scientific & Technical.

Moseley, Fred y Mariña Abelardo (2001), La tasa general de ganancia y sus determinantes en México: 1950-1999, *Economía, Teoría y Práctica, Nueva Época*, 15.

Ortiz, Etelberto (2006), “El sector servicios en la transformación de la estructura económica de México, 1900-2003”, Gustavo Garza (coord.) *Organización espacial del sector servicios en México*. México, El Colegio de México.

Peñuelas, José (2005), *Distribución del sector servicios en las principales ciudades de Sinaloa*, México, El Colegio de México (tesis de Maestría en Estudios Urbanos y Ambientales).

Pozos, Fernando (1992) *Economic Restructuring, employment change and wage differentials: the case of Guadalajara and Monterrey, 1975-1989*, Boston, UMI (doctoral dissertation)

UNCTAD (1991), *México una economía de servicios*, Nueva York, Naciones Unidas.

UNCTAD (1988), *Trade and Development report*, Nueva York, Naciones Unidas.

Riddle, D.I. (1986), *Service Led Growth: the role of the service sector in world development*, New York, Praeger.

Riviére d'Arc, Helene (1970), *Guadalajara y su región*, México, SEP.

Rodríguez, Juan y Cota María (2001), “Efectos de la restructuración económica en la zona metropolitana de Guadalajara, 1985-1998”, *Comercio Exterior*, 51:635-642.

Sassen Saskia (2000), *The Global City: Nueva York, Londres, Tokyo, New, Jersey*, Princeton University Press.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (1985), *Antología de la Planeación en México: Planeación regional estatal y municipal 1982-1985*, México, Fondo de Cultura Económica.

Stanback, Thomas (1984), *Services: The New Economy*, New Jersey, Allanheld and Osman.

Vera, Sara (2003), *El Sector terciario formal en las Zonas Metropolitanas de Veracruz 1980-1998*, México, El Colegio de México (tesis de Maestría en Estudios Urbanos y Ambientales).

Zatarain, Manuel (1990), *La modernización de la industria en Jalisco*, México, Cuadernos de difusión científica.

Zebadúa, Anjanette (2005), *Macroeconomía del sector servicios en el subsistema urbano de la Ciudad de México*, México, El Colegio de México (tesis de Maestría en Estudios Urbanos y Ambientales).

Apéndice Estadístico

Cuadro A-1
Jalisco: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 5,989 | 7,716 | 14,005 | 21,626 | 20,038 | 31,854 | 57,939 | 103,279 | 186,639 | 222,036 | 7,530,667 | 9,727,082 | 15,123,544 | 19,888,427 | 20,576,474 |
| 1.-Servicios profesionales | 2,991 | 4,291 | 8,075 | 12,067 | 12,726 | 9,543 | 25,928 | 49,655 | 114,421 | 137,889 | 2,478,673 | 3,052,232 | 5,519,119 | 7,022,801 | 8,122,165 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 2,991 | 4,291 | 8,075 | 12,067 | 12,726 | 9,543 | 25,928 | 49,655 | 114,421 | 137,889 | 2,478,673 | 3,052,232 | 5,519,119 | 7,022,801 | 8,122,165 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 2,998 | 3,425 | 5,930 | 9,559 | 7,312 | 22,311 | 32,011 | 53,624 | 72,218 | 84,147 | 5,051,994 | 6,674,850 | 9,604,425 | 12,865,625 | 12,454,309 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1,316 | 777 | 1,414 | 2,019 | 1,621 | 11,046 | 9,725 | 21,909 | 23,215 | 32,142 | 2,203,166 | 2,813,852 | 4,433,740 | 3,588,871 | 5,352,675 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1,682 | 2,648 | 4,516 | 7,540 | 5,691 | 11,265 | 22,286 | 31,715 | 49,003 | 52,005 | 2,848,829 | 3,860,998 | 5,170,684 | 9,276,755 | 7,101,634 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 53,495 | 74,413 | 118,940 | 150,037 | 163,009 | 151,500 | 226,499 | 330,308 | 400,797 | 547,322 | 10,978,704 | 15,238,863 | 14,509,338 | 15,597,982 | 19,872,553 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 22,587 | 27,511 | 43,595 | 50,249 | 52,860 | 43,671 | 59,087 | 91,780 | 107,108 | 143,994 | 2,288,957 | 4,762,973 | 3,473,145 | 3,413,012 | 4,807,040 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 22,227 | 26,922 | 42,801 | 48,521 | 50,962 | 37,327 | 48,522 | 78,617 | 88,137 | 111,064 | 1,346,823 | 2,889,796 | 2,251,423 | 2,258,397 | 2,916,837 |
| 812 Supermercados | 199 | 439 | 579 | 1,444 | 1,228 | 4,905 | 8,671 | 10,384 | 14,710 | 22,521 | 627,013 | 1,384,786 | 890,255 | 580,931 | 1,061,711 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 161 | 150 | 215 | 284 | 670 | 1,439 | 1,894 | 2,779 | 4,261 | 10,409 | 315,121 | 488,391 | 331,468 | 573,684 | 828,492 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 10,156 | 11,938 | 19,909 | 27,563 | 30,555 | 36,019 | 52,743 | 75,743 | 96,285 | 127,282 | 2,251,304 | 2,399,579 | 2,806,782 | 4,107,775 | 3,981,954 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 6,019 | 7,367 | 12,681 | 16,194 | 18,696 | 17,494 | 24,892 | 43,087 | 55,599 | 74,378 | 725,595 | 902,024 | 1,562,092 | 1,084,168 | 1,654,741 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 2,517 | 2,839 | 4,398 | 7,402 | 8,098 | 4,556 | 5,571 | 8,775 | 12,155 | 13,832 | 159,048 | 197,506 | 214,019 | 117,201 | 222,942 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 755 | 834 | 1,860 | 2,734 | 2,655 | 2,409 | 4,418 | 6,315 | 8,461 | 11,848 | 155,466 | 139,489 | 255,275 | 325,093 | 437,379 |
| 824 Difusión e información | 250 | 318 | 273 | 406 | 240 | 2,235 | 2,940 | 3,617 | 2,801 | 3,612 | 320,572 | 84,206 | 103,450 | 1,736,632 | 366,449 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 615 | 580 | 697 | 827 | 866 | 9,325 | 14,922 | 13,949 | 17,269 | 23,612 | 890,623 | 1,076,355 | 671,946 | 844,681 | 1,300,443 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 12,813 | 22,403 | 34,749 | 43,874 | 53,169 | 41,326 | 71,308 | 97,264 | 111,506 | 167,734 | 4,817,008 | 6,368,892 | 5,971,575 | 5,708,758 | 7,341,389 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 11,841 | 20,728 | 32,020 | 40,533 | 49,334 | 32,289 | 59,778 | 80,937 | 94,322 | 138,770 | 2,447,707 | 4,791,539 | 4,278,993 | 4,077,624 | 5,253,038 |
| 832 Tiendas de departamentos | 67 | 72 | 221 | 262 | 95 | 3,438 | 2,227 | 3,950 | 4,667 | 6,338 | 369,589 | 249,469 | 456,403 | 336,510 | 502,381 |
| 833 Automotrices y autopartes | 905 | 1,603 | 2,508 | 3,079 | 3,740 | 5,599 | 9,303 | 12,377 | 12,517 | 22,626 | 1,999,712 | 1,327,884 | 1,236,179 | 1,294,624 | 1,585,971 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 7,939 | 12,561 | 20,687 | 28,351 | 26,425 | 30,484 | 43,361 | 65,521 | 85,898 | 108,312 | 1,621,436 | 1,707,418 | 2,257,835 | 2,368,437 | 3,742,170 |
| 841 Reparaciones | 5,197 | 8,300 | 13,447 | 17,393 | 16,555 | 12,704 | 21,186 | 31,722 | 39,309 | 41,018 | 717,294 | 785,316 | 813,937 | 1,039,149 | 912,422 |
| 842 Educación y cultura privados | 532 | 742 | 1,401 | 2,261 | 2,331 | 11,642 | 11,915 | 17,511 | 23,177 | 40,553 | 517,165 | 496,805 | 939,415 | 841,899 | 2,084,036 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 2,210 | 3,519 | 5,839 | 8,697 | 7,539 | 6,138 | 10,260 | 16,288 | 23,412 | 26,741 | 386,977 | 425,298 | 504,484 | 487,389 | 745,712 |
| Total | 59,484 | 82,129 | 132,945 | 171,663 | 183,047 | 183,354 | 284,438 | 433,587 | 587,436 | 769,358 | 18,509,371 | 24,965,944 | 29,632,881 | 35,486,409 | 40,449,027 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-2

Zona metropolitana de Guadalajara: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 4,261 | 5,808 | 9,896 | 14,827 | 12,629 | 27,828 | 48,273 | 69,749 | 153,954 | 183,744 | 6,829,082 | 7,879,361 | 13,442,010 | 16,690,348 | 16,990,202 |
| 1.-Servicios profesionales | 1,975 | 3,102 | 5,522 | 8,010 | 7,738 | 8,810 | 21,479 | 39,547 | 96,391 | 116,258 | 2,381,537 | 1,866,710 | 4,563,313 | 5,196,701 | 6,408,666 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 1,975 | 3,102 | 5,522 | 8,010 | 7,738 | 8,810 | 21,479 | 39,547 | 96,391 | 116,258 | 2,381,537 | 1,866,710 | 4,563,313 | 5,196,701 | 6,408,666 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 2,286 | 2,706 | 4,374 | 6,817 | 4,891 | 19,018 | 26,794 | 30,202 | 57,563 | 67,486 | 4,447,545 | 6,012,652 | 8,878,697 | 11,493,647 | 10,581,536 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1,031 | 660 | 969 | 1,466 | 1,157 | 9,245 | 6,746 | 17,972 | 16,314 | 23,951 | 1,909,843 | 2,324,857 | 4,007,249 | 2,918,707 | 4,297,364 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 1,255 | 2,046 | 3,405 | 5,351 | 3,734 | 9,773 | 20,048 | 12,230 | 41,249 | 43,535 | 2,537,702 | 3,687,794 | 4,871,447 | 8,574,940 | 6,284,172 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 29,989 | 43,797 | 70,953 | 88,923 | 96,282 | 101,386 | 155,541 | 217,143 | 262,676 | 365,690 | 8,659,984 | 11,913,636 | 11,309,456 | 10,953,382 | 14,990,749 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 10,882 | 13,869 | 23,973 | 28,090 | 30,174 | 24,076 | 36,600 | 54,643 | 65,778 | 88,831 | 1,679,949 | 3,581,605 | 2,554,871 | 2,198,035 | 3,311,128 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 10,712 | 13,491 | 23,536 | 27,084 | 29,216 | 18,902 | 28,165 | 45,081 | 52,295 | 65,125 | 851,405 | 1,928,324 | 1,571,956 | 1,470,516 | 1,935,376 |
| 812 Supermercados | 112 | 309 | 347 | 888 | 640 | 4,436 | 7,240 | 7,890 | 10,710 | 17,266 | 562,269 | 1,271,059 | 756,667 | 368,618 | 836,212 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 58 | 69 | 90 | 118 | 318 | 738 | 1,195 | 1,672 | 2,773 | 6,440 | 266,275 | 382,222 | 226,248 | 358,901 | 539,540 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 5,299 | 7,101 | 12,102 | 16,021 | 17,614 | 20,878 | 31,759 | 45,271 | 57,325 | 79,291 | 1,387,829 | 1,540,965 | 1,890,565 | 2,376,291 | 2,699,334 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 3,070 | 4,261 | 7,416 | 9,148 | 10,889 | 10,257 | 15,823 | 25,942 | 34,612 | 48,416 | 490,843 | 642,724 | 1,065,482 | 707,179 | 1,143,405 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 1,582 | 1,958 | 3,405 | 4,943 | 5,330 | 3,384 | 4,025 | 6,372 | 8,719 | 9,643 | 116,690 | 147,238 | 168,028 | 69,123 | 162,416 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 291 | 443 | 843 | 1,473 | 1,052 | 1,437 | 3,338 | 4,365 | 6,218 | 8,858 | 128,528 | 112,658 | 194,144 | 268,711 | 374,689 |
| 824 Difusión e información | 96 | 178 | 166 | 191 | 101 | 1,466 | 2,173 | 2,947 | 1,583 | 2,719 | 283,877 | 72,859 | 91,608 | 1,179,579 | 287,200 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 260 | 261 | 272 | 266 | 242 | 4,334 | 6,400 | 5,645 | 6,193 | 9,655 | 367,891 | 565,486 | 371,303 | 151,700 | 731,624 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 8,283 | 13,894 | 21,356 | 26,279 | 31,673 | 32,332 | 53,320 | 69,054 | 77,059 | 115,756 | 4,182,810 | 5,347,176 | 4,928,446 | 4,418,281 | 5,756,680 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 7,565 | 12,685 | 19,428 | 23,932 | 29,055 | 24,368 | 43,617 | 55,862 | 63,235 | 92,119 | 1,971,269 | 3,993,110 | 3,435,080 | 3,042,834 | 4,012,375 |
| 832 Tiendas de departamentos | 48 | 58 | 179 | 200 | 55 | 3,332 | 2,085 | 3,751 | 4,261 | 5,604 | 367,322 | 241,179 | 449,324 | 296,002 | 435,607 |
| 833 Automotrices y autopartes | 670 | 1,151 | 1,749 | 2,147 | 2,563 | 4,632 | 7,618 | 9,441 | 9,563 | 18,033 | 1,844,218 | 1,112,888 | 1,044,042 | 1,079,445 | 1,308,699 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 5,525 | 8,933 | 13,522 | 18,533 | 16,821 | 24,100 | 33,862 | 48,175 | 62,514 | 81,812 | 1,399,367 | 1,426,871 | 1,906,085 | 1,956,407 | 3,223,607 |
| 841 Reparaciones | 3,558 | 5,881 | 8,544 | 11,165 | 10,445 | 9,526 | 16,138 | 22,100 | 27,359 | 28,025 | 594,386 | 624,420 | 647,285 | 811,661 | 706,286 |
| 842 Educación y cultura privados | 343 | 566 | 1,058 | 1,730 | 1,637 | 9,580 | 9,759 | 14,070 | 18,608 | 34,247 | 475,504 | 440,183 | 842,882 | 751,382 | 1,935,295 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 1,624 | 2,486 | 3,920 | 5,638 | 4,739 | 4,994 | 7,965 | 12,005 | 16,547 | 19,540 | 329,477 | 362,268 | 415,918 | 393,365 | 582,025 |
| Total | 34,250 | 49,605 | 80,849 | 103,750 | 108,911 | 129,214 | 203,814 | 286,892 | 416,630 | 549,434 | 15,489,066 | 19,792,997 | 24,751,465 | 27,643,730 | 31,980,951 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-3

Zona metropolitana de Puerto Vallarta: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 80 | 162 | 409 | 944 | 653 | 462 | 2,592 | 4,187 | 10,065 | 14,011 | 160,178 | 342,283 | 449,869 | 1,574,500 | 792,483 |
| 1.-Servicios profesionales | 46 | 111 | 270 | 709 | 444 | 227 | 1,916 | 2,833 | 7,853 | 11,413 | 46,849 | 264,660 | 330,061 | 1,171,014 | 554,068 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 46 | 111 | 270 | 709 | 444 | 227 | 1,916 | 2,833 | 7,853 | 11,413 | 46,849 | 264,660 | 330,061 | 1,171,014 | 554,068 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 34 | 51 | 139 | 235 | 209 | 235 | 676 | 1,354 | 2,212 | 2,598 | 113,329 | 77,623 | 119,808 | 403,486 | 238,414 |
| 731 Comercio al mayoreo | 15 | 22 | 37 | 64 | 61 | 152 | 549 | 1,028 | 1,479 | 1,718 | 106,574 | 62,520 | 99,616 | 298,880 | 156,502 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 19 | 29 | 102 | 171 | 148 | 83 | 127 | 326 | 733 | 880 | 6,755 | 15,103 | 20,192 | 104,607 | 81,912 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1,304 | 2,451 | 5,046 | 6,422 | 7,815 | 7,353 | 15,870 | 23,694 | 28,419 | 44,814 | 655,438 | 1,051,291 | 972,410 | 1,638,785 | 1,649,363 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 325 | 695 | 1,776 | 1,833 | 2,310 | 819 | 2,533 | 4,197 | 5,198 | 7,919 | 65,359 | 208,580 | 156,846 | 256,132 | 277,718 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 316 | 671 | 1,702 | 1,700 | 2,083 | 605 | 1,450 | 2,968 | 3,112 | 4,663 | 45,367 | 108,085 | 88,609 | 127,172 | 134,951 |
| 812 Supermercados | 6 | 22 | 66 | 125 | 198 | 172 | 1,052 | 1,146 | 1,976 | 2,783 | 15,830 | 99,375 | 63,308 | 118,460 | 103,675 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 3 | 2 | 8 | 8 | 29 | 42 | 31 | 83 | 110 | 473 | 4,162 | 1,120 | 4,929 | 10,500 | 39,092 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 357 | 536 | 1,151 | 1,442 | 1,787 | 4,801 | 9,844 | 13,832 | 15,071 | 25,006 | 416,735 | 590,988 | 554,292 | 1,014,696 | 885,058 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 201 | 320 | 716 | 876 | 1,151 | 1,047 | 2,172 | 6,375 | 5,805 | 7,420 | 45,214 | 64,833 | 301,992 | 152,628 | 210,793 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 51 | 59 | 205 | 326 | 429 | 140 | 109 | 330 | 590 | 860 | 7,720 | 4,642 | 8,911 | 17,336 | 14,194 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 16 | 27 | 86 | 88 | 51 | 27 | 139 | 334 | 274 | 1,067 | 1,807 | 1,780 | 20,280 | 18,112 | 46,518 |
| 824 Difusión e información | 13 | 11 | 15 | 16 | 18 | 111 | 107 | 152 | 163 | 198 | 3,373 | 2,162 | 3,551 | 27,866 | 17,811 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 76 | 119 | 126 | 150 | 151 | 3,476 | 7,317 | 6,641 | 8,239 | 15,461 | 358,621 | 517,571 | 219,559 | 798,754 | 595,742 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 458 | 950 | 1,506 | 2,171 | 2,778 | 1,265 | 2,708 | 3,982 | 5,494 | 8,343 | 150,275 | 214,894 | 209,129 | 290,644 | 377,031 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 436 | 909 | 1,435 | 2,086 | 2,639 | 950 | 2,405 | 3,435 | 4,824 | 7,065 | 117,580 | 171,991 | 160,050 | 223,435 | 275,605 |
| 832 Tiendas de departamentos | 3 | 3 | 4 | 6 | 7 | 66 | 52 | 97 | 259 | 473 | 1,983 | 4,992 | 5,515 | 31,607 | 45,657 |
| 833 Automotrices y autopartes | 19 | 38 | 63 | 84 | 132 | 249 | 251 | 450 | 411 | 805 | 30,713 | 37,911 | 43,563 | 35,602 | 55,769 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 164 | 270 | 613 | 976 | 940 | 468 | 785 | 1,683 | 2,656 | 3,546 | 23,068 | 36,830 | 52,143 | 77,313 | 109,556 |
| 841 Reparaciones | 114 | 180 | 373 | 611 | 639 | 253 | 426 | 871 | 1,204 | 1,634 | 14,909 | 19,392 | 21,845 | 33,209 | 34,722 |
| 842 Educación y cultura privados | 6 | 16 | 39 | 66 | 66 | 109 | 134 | 328 | 635 | 1,168 | 3,013 | 10,009 | 16,300 | 18,688 | 46,019 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 44 | 74 | 201 | 299 | 235 | 106 | 225 | 484 | 817 | 744 | 5,147 | 7,429 | 13,998 | 25,417 | 28,815 |
| Total | 1,384 | 2,613 | 5,455 | 7,366 | 8,468 | 7,815 | 18,462 | 27,881 | 38,484 | 58,825 | 815,615 | 1,393,574 | 1,422,279 | 3,213,286 | 2,441,846 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-4

Zona metropolitana de Ocotlán: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 62 | 133 | 248 | 357 | 336 | 234 | 518 | 1,076 | 1,855 | 2,825 | 28,479.38 | 18,913.10 | 83,252.99 | 171,105.60 | 264,482.37 |
| 1.-Servicios profesionales | 12 | 59 | 163 | 180 | 214 | 53 | 222 | 491 | 917 | 1,264 | 2,261.56 | 8,993.79 | 30,591.14 | 73,017.88 | 126,607.65 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 12 | 59 | 163 | 180 | 214 | 53 | 222 | 491 | 917 | 1,264 | 2,261.56 | 8,993.79 | 30,591.14 | 73,017.88 | 126,607.65 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 50 | 74 | 85 | 177 | 122 | 181 | 296 | 585 | 938 | 1,561 | 26,217.82 | 9,919.32 | 52,661.84 | 98,087.72 | 137,874.72 |
| 731 Comercio al mayoreo | 13 | 37 | 24 | 21 | 21 | 59 | 166 | 271 | 296 | 530 | 12,570.52 | 5,021.97 | 26,561.36 | 26,630.14 | 73,225.60 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 37 | 37 | 61 | 156 | 101 | 122 | 130 | 314 | 642 | 1,031 | 13,647.29 | 4,897.34 | 26,100.48 | 71,457.58 | 64,649.11 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1,029 | 1,610 | 2,924 | 3,416 | 3,797 | 1,996 | 3,515 | 5,970 | 6,943 | 8,817 | 79,792.93 | 159,954.28 | 169,949.35 | 192,835.26 | 234,122.49 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 438 | 714 | 1,290 | 1,303 | 1,425 | 698 | 1,265 | 2,219 | 2,286 | 2,796 | 22,841.89 | 46,996.37 | 65,874.01 | 61,011.82 | 80,713.37 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 428 | 694 | 1,269 | 1,279 | 1,394 | 655 | 1,187 | 2,131 | 2,136 | 2,523 | 11,565.54 | 45,231.12 | 39,239.21 | 53,069.74 | 54,792.03 |
| 812 Supermercados | n.d | 12 | 14 | 17 | 23 | n.d | 39 | 47 | 87 | 116 | n.d | 323.49 | 1,250.02 | 3,605.43 | 15,956.02 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 10 | 8 | 7 | 7 | 8 | 43 | 39 | 41 | 63 | 157 | 11,276.35 | 1,441.76 | 25,384.77 | 4,336.64 | 9,965.32 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 201 | 190 | 373 | 518 | 500 | 436 | 503 | 1,015 | 1,364 | 1,552 | 23,318.18 | 14,072.58 | 20,798.71 | 49,280.66 | 28,437.76 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 131 | 104 | 222 | 274 | 289 | 281 | 317 | 713 | 881 | 1,044 | 13,936.48 | 7,925.24 | 14,443.57 | 12,513.55 | 14,231.67 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 36 | 56 | 97 | 145 | 121 | 46 | 85 | 141 | 213 | 232 | 2,377.10 | 2,119.39 | 3,012.82 | 2,199.96 | 3,103.83 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 21 | 14 | 38 | 65 | 69 | 26 | 31 | 85 | 134 | 142 | 1,507.48 | 2,272.62 | 1,349.82 | 1,964.43 | 2,163.68 |
| 824 Difusión e información | 4 | 6 | 4 | 13 | 4 | 31 | 47 | 30 | 41 | 46 | 2,930.65 | 989.84 | 685.79 | 31,090.38 | 6,170.76 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 9 | 10 | 12 | 21 | 17 | 52 | 23 | 46 | 95 | 88 | 2,566.47 | 765.49 | 1,306.72 | 1,512.34 | 2,767.82 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 266 | 461 | 788 | 992 | 1,271 | 534 | 1,061 | 1,651 | 1,929 | 2,831 | 23,128.37 | 78,935.00 | 59,030.37 | 58,265.56 | 91,182.46 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 252 | 438 | 749 | 930 | 1,204 | 485 | 940 | 1,408 | 1,618 | 2,489 | 11,677.00 | 33,602.40 | 43,023.80 | 45,974.18 | 66,061.06 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 1 | 1 | 1 | 1 | n.d | 17 | 6 | 8 | 6 | n.d | 621.11 | 92.05 | 127.26 | 153.00 |
| 833 Automotrices y autopartes | 14 | 22 | 38 | 61 | 66 | 49 | 104 | 237 | 303 | 336 | 11,451.37 | 44,711.49 | 15,914.52 | 12,164.12 | 24,968.39 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 124 | 245 | 473 | 603 | 601 | 328 | 686 | 1,085 | 1,364 | 1,638 | 10,504.49 | 19,950.32 | 24,246.26 | 24,277.23 | 33,788.90 |
| 841 Reparaciones | 90 | 176 | 308 | 378 | 402 | 165 | 348 | 568 | 661 | 713 | 5,537.68 | 9,563.81 | 10,057.72 | 12,281.86 | 11,511.58 |
| 842 Educación y cultura privados | 8 | 16 | 39 | 50 | 46 | 110 | 164 | 198 | 305 | 382 | 3,598.81 | 5,602.90 | 8,953.93 | 6,206.86 | 10,574.37 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 26 | 53 | 126 | 175 | 153 | 53 | 174 | 319 | 398 | 543 | 1,368.01 | 4,783.61 | 5,234.61 | 5,788.52 | 11,702.95 |
| Total | 1,091 | 1,743 | 3,172 | 3,773 | 4,133 | 2,230 | 4,033 | 7,046 | 8,798 | 11,642 | 108,272.31 | 178,867.38 | 253,202.33 | 363,940.86 | 498,604.85 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de,

Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-5

Tepatlán de Morelos: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 55 | 84 | 213 | 398 | 335 | 251 | 537 | 1,294 | 2,249 | 3,682 | 19,805.74 | 54,382.91 | 141,379.99 | 111,621.85 | 504,059.80 |
| 1.-Servicios profesionales | 10 | 43 | 135 | 218 | 238 | 24 | 198 | 659 | 720 | 1,856 | 1,051.47 | 14,896.34 | 100,625.48 | 34,766.66 | 301,909.38 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 10 | 43 | 135 | 218 | 238 | 24 | 198 | 659 | 720 | 1,856 | 1,051.47 | 14,896.34 | 100,625.48 | 34,766.66 | 301,909.38 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 45 | 41 | 78 | 180 | 97 | 227 | 339 | 635 | 1,529 | 1,826 | 18,754.26 | 39,486.57 | 40,754.51 | 76,855.19 | 202,150.43 |
| 731 Comercio al mayoreo | 16 | 12 | 20 | 49 | 30 | 98 | 202 | 369 | 914 | 838 | 12,753.06 | 25,331.88 | 24,615.93 | 22,588.79 | 118,836.02 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 29 | 29 | 58 | 131 | 67 | 129 | 137 | 266 | 615 | 988 | 6,001.20 | 14,154.69 | 16,138.58 | 54,266.39 | 83,314.41 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 843 | 1,095 | 2,202 | 3,045 | 2,965 | 1,872 | 2,896 | 5,653 | 8,420 | 10,118 | 137,051.57 | 154,933.86 | 169,874.95 | 240,969.75 | 274,450.14 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 329 | 411 | 779 | 980 | 989 | 604 | 723 | 1,656 | 2,000 | 2,998 | 10,808.22 | 38,919.95 | 42,920.24 | 51,067.35 | 78,727.29 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 321 | 405 | 768 | 946 | 949 | 539 | 688 | 1,545 | 1,703 | 2,538 | 4,983.22 | 35,662.54 | 34,306.48 | 39,076.19 | 51,403.84 |
| 812 Supermercados | 4 | 3 | 6 | 28 | 25 | 29 | 17 | 62 | 232 | 223 | 3,877.00 | 970.48 | 5,223.53 | 448.57 | 12,059.63 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 4 | 3 | 5 | 6 | 15 | 36 | 18 | 49 | 65 | 237 | 1,948.00 | 2,286.92 | 3,390.23 | 11,542.59 | 15,263.82 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 171 | 150 | 376 | 761 | 492 | 360 | 686 | 1,021 | 2,585 | 1,714 | 15,367.45 | 18,668.42 | 21,243.57 | 57,029.81 | 36,857.80 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 112 | 106 | 255 | 336 | 327 | 253 | 378 | 743 | 927 | 1,198 | 9,334.06 | 14,356.28 | 15,203.83 | 12,373.64 | 22,743.71 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 31 | 30 | 77 | 289 | 151 | 48 | 47 | 137 | 734 | 299 | 2,334.71 | 1,217.70 | 2,838.13 | 11,031.44 | 3,702.56 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 21 | 8 | 35 | 118 | 4 | 33 | 168 | 65 | 828 | 96 | 1,075.40 | 638.81 | 1,535.80 | 16,563.33 | 1,282.56 |
| 824 Difusión e información | 3 | 3 | 1 | 6 | 1 | 14 | 49 | 5 | 24 | 54 | 1,521.89 | 516.72 | 348.00 | 15,886.54 | 7,592.55 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 4 | 3 | 8 | 12 | 9 | 12 | 44 | 71 | 72 | 67 | 1,101.38 | 1,938.91 | 1,317.81 | 1,174.86 | 1,536.42 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 236 | 372 | 618 | 766 | 910 | 567 | 957 | 1,637 | 1,944 | 3,270 | 95,733.43 | 75,441.28 | 73,304.27 | 99,093.84 | 115,284.99 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 219 | 344 | 567 | 713 | 845 | 463 | 778 | 1,354 | 1,668 | 2,808 | 48,317.25 | 50,617.45 | 64,990.73 | 69,411.60 | 83,882.14 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 1 | n.d | 1 | n.d | n.d | 20 | n.d | 11 | n.d | n.d | 1,740.05 | n.d | 869.02 | n.d |
| 833 Automotrices y autopartes | 17 | 27 | 51 | 52 | 65 | 104 | 159 | 283 | 265 | 462 | 47,416.18 | 23,083.78 | 8,313.54 | 28,813.22 | 31,402.85 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 107 | 162 | 429 | 538 | 574 | 341 | 530 | 1,339 | 1,891 | 2,136 | 15,142.47 | 21,904.22 | 32,406.87 | 33,778.75 | 43,580.06 |
| 841 Reparaciones | 77 | 97 | 289 | 292 | 349 | 182 | 225 | 690 | 711 | 963 | 9,530.27 | 9,279.14 | 12,306.50 | 11,860.00 | 15,132.96 |
| 842 Educación y cultura privados | 6 | 8 | 22 | 39 | 34 | 118 | 163 | 303 | 500 | 545 | 3,012.91 | 4,776.12 | 11,910.89 | 8,202.92 | 10,138.00 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 24 | 57 | 118 | 207 | 191 | 41 | 142 | 346 | 680 | 628 | 2,599.29 | 7,848.96 | 8,189.48 | 13,715.83 | 18,309.11 |
| Total | 898 | 1,179 | 2,415 | 3,443 | 3,300 | 2,123 | 3,433 | 6,947 | 10,669 | 13,800 | 156,857.30 | 209,316.77 | 311,254.94 | 352,591.60 | 778,509.95 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de,

Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-6

Lagos de Moreno: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 31 | 83 | 169 | 346 | 234 | 160 | 493 | 2,540 | 2,350 | 1,988 | 17,060.83 | 39,469.55 | 127,927.65 | 117,672.26 | 189,392.20 |
| 1.-Servicios profesionales | 18 | 47 | 118 | 233 | 155 | 77 | 221 | 2,175 | 1,405 | 1,083 | 14,934.63 | 14,707.69 | 90,122.57 | 52,336.45 | 61,031.67 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 18 | 47 | 118 | 233 | 155 | 77 | 221 | 2,175 | 1,405 | 1,083 | 14,934.63 | 14,707.69 | 90,122.57 | 52,336.45 | 61,031.67 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 13 | 36 | 51 | 113 | 79 | 83 | 272 | 365 | 945 | 905 | 2,126.19 | 24,761.85 | 37,805.08 | 65,335.80 | 128,360.53 |
| 731 Comercio al mayoreo | n.d | 8 | 12 | 24 | 16 | n.d | 108 | 153 | 324 | 536 | n.d | 13,180.12 | 27,760.97 | 21,437.13 | 104,388.38 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 13 | 28 | 39 | 89 | 63 | 83 | 164 | 212 | 621 | 369 | 2,126.19 | 11,581.73 | 10,044.12 | 43,898.67 | 23,972.16 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 861 | 1,159 | 1,740 | 2,584 | 2,490 | 1,839 | 2,719 | 4,507 | 7,120 | 7,543 | 146,654.89 | 140,187.48 | 149,789.26 | 261,350.71 | 228,436.80 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 436 | 508 | 780 | 977 | 986 | 759 | 996 | 1,706 | 2,006 | 2,525 | 40,674.41 | 54,932.51 | 45,814.02 | 110,410.74 | 67,352.97 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 428 | 504 | 769 | 954 | 948 | 692 | 928 | 1,351 | 1,637 | 1,971 | 28,042.52 | 49,499.19 | 30,491.56 | 29,288.51 | 35,708.56 |
| 812 Supermercados | 5 | 1 | 7 | 15 | 18 | 16 | 5 | 266 | 234 | 286 | 4,933.15 | 591.14 | 10,874.05 | 26,378.43 | 3,740.44 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 3 | 3 | 4 | 8 | 20 | 51 | 63 | 89 | 135 | 268 | 7,698.74 | 4,842.18 | 4,448.41 | 54,743.79 | 27,903.97 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 125 | 152 | 215 | 454 | 368 | 313 | 401 | 647 | 2,047 | 1,318 | 16,447.20 | 14,753.94 | 19,092.73 | 44,317.32 | 32,523.07 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 79 | 96 | 132 | 290 | 209 | 199 | 248 | 413 | 776 | 817 | 10,344.52 | 10,145.42 | 10,476.13 | 8,466.58 | 15,060.64 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 23 | 26 | 47 | 88 | 96 | 36 | 43 | 80 | 144 | 173 | 1,093.86 | 1,127.12 | 1,129.10 | 1,195.95 | 2,389.98 |
| 823 Recreación e esparcimiento | 12 | 20 | 25 | 62 | 48 | 16 | 30 | 42 | 100 | 125 | 774.59 | 1,748.91 | 801.06 | 715.04 | 1,764.20 |
| 824 Difusión e información | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 25 | 32 | 25 | 62 | 61 | 1,578.20 | 426.95 | 1,770.03 | 31,804.47 | 7,506.46 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 8 | 8 | 9 | 12 | 12 | 37 | 48 | 87 | 965 | 142 | 2,656.03 | 1,305.55 | 4,916.41 | 2,135.28 | 5,801.79 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 193 | 337 | 462 | 689 | 752 | 431 | 776 | 1,275 | 1,609 | 2,165 | 72,104.64 | 47,757.09 | 62,475.41 | 81,525.80 | 95,297.29 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 174 | 314 | 431 | 638 | 699 | 361 | 630 | 967 | 1,347 | 1,776 | 66,624.39 | 32,701.39 | 41,437.79 | 41,980.65 | 48,749.18 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | n.d | 1 | 1 | 1 | n.d | n.d | 34 | 37 | 55 | n.d | n.d | 533.27 | 3,445.83 | 6,010.38 |
| 833 Automotrices y autopartes | 19 | 23 | 30 | 50 | 52 | 70 | 146 | 274 | 225 | 334 | 5,480.25 | 15,055.70 | 20,504.35 | 36,099.32 | 40,537.73 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 107 | 162 | 283 | 464 | 384 | 336 | 546 | 879 | 1,458 | 1,535 | 17,428.64 | 22,743.94 | 22,407.10 | 25,096.86 | 33,263.48 |
| 841 Reparaciones | 74 | 109 | 186 | 282 | 233 | 169 | 274 | 386 | 605 | 567 | 6,315.00 | 14,616.43 | 8,379.86 | 10,545.76 | 8,251.79 |
| 842 Educación y cultura privados | 8 | 10 | 13 | 39 | 36 | 118 | 171 | 298 | 435 | 711 | 8,296.94 | 4,695.76 | 8,717.31 | 9,338.41 | 17,350.26 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 25 | 43 | 84 | 143 | 115 | 49 | 101 | 195 | 418 | 257 | 2,816.69 | 3,431.75 | 5,309.93 | 5,212.69 | 7,661.43 |
| Total | 892 | 1,242 | 1,909 | 2,930 | 2,724 | 1,999 | 3,212 | 7,047 | 9,470 | 9,531 | 163,715.72 | 179,657.03 | 277,716.91 | 379,022.96 | 417,829.01 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-7

Ciudad Guzmán: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 72 | 153 | 293 | 465 | 387 | 497 | 1,031 | 1,173 | 3,061 | 2,279 | 108,134.68 | 115,961.64 | 106,734.17 | 125,119.98 | 143,505.79 |
| 1.-Servicios profesionales | 33 | 95 | 184 | 259 | 267 | 154 | 596 | 571 | 1,876 | 1,236 | 8,026.90 | 33,709.33 | 37,878.52 | 34,352.64 | 30,826.76 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 33 | 95 | 184 | 259 | 267 | 154 | 596 | 571 | 1,876 | 1,236 | 8,026.90 | 33,709.33 | 37,878.52 | 34,352.64 | 30,826.76 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 39 | 58 | 109 | 205 | 120 | 343 | 435 | 602 | 1,184 | 1,043 | 100,107.78 | 82,252.31 | 68,855.65 | 90,767.34 | 112,679.03 |
| 731 Comercio al mayoreo | 12 | 10 | 19 | 43 | 33 | 167 | 203 | 231 | 381 | 495 | 29,925.60 | 30,545.23 | 35,623.66 | 54,315.66 | 73,007.66 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 27 | 48 | 90 | 162 | 87 | 176 | 232 | 371 | 804 | 548 | 70,182.18 | 51,707.08 | 33,231.99 | 36,451.68 | 39,671.37 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 1,036 | 1,589 | 2,730 | 3,219 | 3,421 | 2,726 | 4,198 | 6,375 | 6,496 | 9,239 | 202,926.81 | 214,729.16 | 226,663.37 | 187,750.80 | 267,538.83 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 418 | 568 | 978 | 1,080 | 1,088 | 757 | 1,030 | 1,909 | 1,757 | 2,571 | 46,340.78 | 65,988.54 | 81,111.37 | 48,761.21 | 78,888.16 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 408 | 560 | 963 | 1,043 | 1,042 | 657 | 952 | 1,590 | 1,445 | 2,033 | 31,974.95 | 47,680.82 | 51,658.89 | 23,899.67 | 47,891.18 |
| 812 Supermercados | 6 | 6 | 11 | 31 | 25 | 25 | 22 | 261 | 241 | 190 | 4,246.92 | 14,340.00 | 24,433.08 | 18,790.47 | 13,147.86 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 4 | 2 | 4 | 6 | 21 | 75 | 56 | 58 | 70 | 348 | 10,118.91 | 3,967.73 | 5,019.39 | 6,071.06 | 17,849.12 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 169 | 215 | 398 | 592 | 565 | 559 | 691 | 982 | 1,579 | 1,639 | 31,718.28 | 18,273.52 | 27,917.42 | 26,422.22 | 36,307.78 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 110 | 146 | 267 | 348 | 339 | 280 | 440 | 646 | 912 | 1,138 | 9,539.84 | 9,929.53 | 12,216.12 | 11,473.30 | 25,984.31 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 39 | 49 | 85 | 159 | 150 | 139 | 79 | 133 | 199 | 206 | 5,462.47 | 2,628.81 | 3,713.25 | 1,240.29 | 3,336.53 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 11 | 11 | 32 | 59 | 54 | 39 | 33 | 64 | 139 | 109 | 745.19 | 1,782.28 | 1,974.51 | 3,440.32 | 3,076.77 |
| 824 Difusión e información | 3 | 4 | 6 | 9 | 5 | 35 | 81 | 71 | 46 | 57 | 4,000.51 | 1,042.59 | 1,470.70 | 1,329.40 | 1,188.10 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 6 | 5 | 8 | 18 | 18 | 66 | 58 | 68 | 283 | 129 | 11,970.26 | 2,890.32 | 8,542.83 | 8,938.91 | 2,722.06 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 245 | 465 | 823 | 937 | 1,125 | 801 | 1,487 | 2,050 | 1,752 | 3,057 | 92,290.50 | 94,675.15 | 84,285.43 | 87,503.18 | 117,170.57 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 217 | 410 | 751 | 871 | 1,013 | 629 | 1,113 | 1,654 | 1,547 | 2,524 | 56,669.57 | 54,066.23 | 62,030.63 | 71,226.87 | 80,423.11 |
| 832 Tiendas de departamentos | n.d | 2 | 2 | n.d | 2 | n.d | 27 | 7 | n.d | 9 | n.d | 206.35 | 108.16 | n.d | 5,043.52 |
| 833 Automotrices y autopartes | 28 | 53 | 70 | 66 | 110 | 172 | 347 | 389 | 205 | 524 | 35,620.93 | 40,402.57 | 22,146.64 | 13,700.47 | 31,703.94 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 204 | 341 | 531 | 609 | 643 | 609 | 990 | 1,434 | 1,409 | 1,972 | 32,577.26 | 35,791.94 | 33,349.15 | 25,064.18 | 35,172.32 |
| 841 Reparaciones | 150 | 234 | 354 | 374 | 433 | 395 | 585 | 799 | 645 | 949 | 17,393.77 | 23,094.67 | 18,763.52 | 10,996.88 | 17,477.19 |
| 842 Educación y cultura privados | 10 | 15 | 23 | 49 | 30 | 113 | 168 | 254 | 380 | 383 | 2,066.03 | 4,324.59 | 6,215.59 | 8,909.47 | 7,381.99 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 44 | 92 | 154 | 187 | 180 | 101 | 237 | 381 | 384 | 640 | 13,117.46 | 8,372.68 | 8,370.03 | 5,157.83 | 10,313.14 |
| Total | 1,108 | 1,742 | 3,023 | 3,683 | 3,808 | 3,223 | 5,229 | 7,548 | 6,496 | 11,518 | 311,061.49 | 330,690.80 | 333,397.53 | 312,870.78 | 411,044.62 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-8

México: características principales del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto (miles de pesos constantes,1993) | | | | |
|---|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 52,119 | 98,961 | 188,077 | 284,388 | 261,223 | 465,219 | 910,421 | 1,544,570 | 2,370,864 | 2,811,505 | 115,351,264 | 133,772,154 | 201,064,050 | 241,864,217 | 285,436,684 |
| 1.-Servicios profesionales | 21,830 | 57,988 | 117,532 | 171,887 | 174,474 | 173,688 | 476,960 | 865,239 | 1,499,650 | 1,856,804 | 44,144,759 | 45,613,886 | 94,865,078 | 119,864,855 | 160,827,791 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 21,830 | 57,988 | 117,532 | 171,887 | 174,474 | 173,688 | 476,960 | 865,239 | 1,499,650 | 1,856,804 | 44,144,759 | 45,613,886 | 94,865,078 | 119,864,855 | 160,827,791 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 30,289 | 40,973 | 70,545 | 112,501 | 86,749 | 291,531 | 433,461 | 679,331 | 871,214 | 954,701 | 71,206,505 | 88,158,268 | 106,198,972 | 121,999,362 | 124,608,893 |
| 731 Comercio al mayoreo | 12,172 | 11,309 | 18,567 | 26,885 | 19,367 | 141,273 | 160,485 | 267,381 | 334,390 | 400,990 | 29,612,717 | 31,611,181 | 41,076,655 | 39,462,900 | 53,310,899 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 18,117 | 29,664 | 51,978 | 85,616 | 67,382 | 150,258 | 272,976 | 411,950 | 536,824 | 553,711 | 41,593,788 | 56,547,087 | 65,122,317 | 82,536,462 | 71,297,993 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 786,401 | 1,067,825 | 1,723,183 | 2,097,860 | 2,329,490 | 1,987,903 | 2,974,531 | 4,465,269 | 5,334,605 | 7,148,930 | 157,299,768 | 195,205,117 | 203,758,545 | 202,636,148 | 262,218,026 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 353,570 | 419,366 | 683,129 | 775,931 | 825,641 | 631,699 | 851,846 | 1,319,773 | 1,518,667 | 2,039,076 | 35,607,486 | 58,948,042 | 48,035,924 | 53,163,201 | 66,525,627 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 347,809 | 411,120 | 671,535 | 747,373 | 791,164 | 538,593 | 681,727 | 1,101,570 | 1,183,749 | 1,466,700 | 20,628,097 | 33,407,817 | 28,550,456 | 26,166,800 | 31,600,549 |
| 812 Supermercados | 3,352 | 5,756 | 8,530 | 24,378 | 20,785 | 72,221 | 143,525 | 181,282 | 278,402 | 404,995 | 13,226,758 | 18,754,375 | 15,263,126 | 20,766,396 | 21,768,075 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 2,409 | 2,490 | 3,064 | 4,180 | 13,692 | 20,885 | 26,594 | 36,921 | 56,516 | 167,381 | 1,752,631 | 6,785,850 | 4,222,342 | 6,230,005 | 13,157,004 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 145,140 | 180,106 | 297,186 | 382,194 | 445,570 | 484,323 | 691,463 | 1,066,175 | 1,263,133 | 1,676,527 | 42,474,316 | 37,037,130 | 49,034,848 | 44,577,045 | 55,303,903 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 94,074 | 117,019 | 192,941 | 234,872 | 264,459 | 265,634 | 385,092 | 640,632 | 763,954 | 975,798 | 13,410,349 | 14,947,011 | 21,240,392 | 16,080,412 | 20,682,212 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 32,965 | 42,475 | 69,160 | 101,759 | 132,972 | 66,590 | 85,007 | 135,069 | 173,288 | 253,421 | 3,868,418 | 3,006,492 | 3,939,649 | 2,913,058 | 5,169,070 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 7,179 | 8,321 | 20,976 | 26,406 | 31,079 | 31,563 | 42,413 | 70,724 | 83,243 | 132,113 | 5,956,246 | 2,304,016 | 3,204,966 | 3,176,939 | 4,693,882 |
| 824 Difusión e información | 3,609 | 4,618 | 4,245 | 7,275 | 4,083 | 33,852 | 49,036 | 67,470 | 64,230 | 72,731 | 7,882,513 | 7,883,329 | 11,818,555 | 12,942,062 | 13,610,335 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 7,313 | 7,673 | 9,864 | 11,882 | 12,977 | 86,684 | 129,915 | 152,280 | 178,418 | 242,464 | 11,356,790 | 8,896,282 | 8,831,287 | 9,464,574 | 11,148,404 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 184,971 | 294,509 | 456,330 | 555,244 | 687,799 | 534,113 | 884,043 | 1,213,769 | 1,394,988 | 2,035,216 | 58,489,290 | 77,065,202 | 71,706,300 | 71,802,330 | 90,004,725 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 171,746 | 272,359 | 421,744 | 512,953 | 638,666 | 399,074 | 726,633 | 988,046 | 1,151,424 | 1,648,227 | 32,226,226 | 54,085,025 | 50,282,422 | 50,659,002 | 60,886,021 |
| 832 Tiendas de departamentos | 1,841 | 808 | 2,479 | 2,881 | 1,273 | 55,199 | 38,588 | 71,681 | 75,755 | 126,944 | 9,693,704 | 5,407,947 | 7,038,742 | 5,522,786 | 8,038,743 |
| 833 Automotrices y autopartes | 11,384 | 21,342 | 32,107 | 39,410 | 47,860 | 79,840 | 118,822 | 154,042 | 167,809 | 260,045 | 16,569,360 | 17,572,230 | 14,385,136 | 15,620,542 | 21,079,962 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 102,720 | 173,844 | 286,538 | 384,491 | 370,480 | 337,768 | 547,179 | 865,552 | 1,157,817 | 1,398,111 | 20,728,676 | 22,154,744 | 34,981,473 | 33,093,572 | 50,383,770 |
| 841 Reparaciones | 67,644 | 114,039 | 184,576 | 238,332 | 234,410 | 144,111 | 258,240 | 388,144 | 477,809 | 512,233 | 9,163,516 | 9,474,486 | 10,823,037 | 12,115,112 | 11,251,260 |
| 842 Educación y cultura privados | 6,692 | 10,936 | 20,938 | 30,037 | 33,873 | 112,376 | 155,686 | 257,454 | 359,533 | 554,935 | 5,191,238 | 7,183,940 | 15,575,411 | 13,256,246 | 27,938,681 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 28,384 | 48,869 | 81,024 | 116,122 | 102,197 | 81,281 | 133,253 | 219,954 | 320,475 | 330,943 | 6,373,922 | 5,496,318 | 8,583,024 | 7,722,214 | 11,193,829 |
| Total | 838,520 | 1,166,786 | 1,911,260 | 2,382,248 | 2,590,713 | 2,453,122 | 3,884,952 | 6,009,839 | 7,705,469 | 9,960,435 | 272,651,032 | 328,977,271 | 404,822,595 | 444,500,366 | 547,654,710 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente:INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México;

INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-9
México: estructura del sector servicios por grupos de actividad, 1980-2003
 (porcentajes con respecto al total nacional)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 | 1980 | 1988 | 1993 | 1998 | 2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 6.2 | 8.5 | 9.8 | 11.9 | 10.1 | 19.0 | 23.4 | 25.7 | 30.8 | 28.2 | 42.3 | 40.7 | 49.7 | 54.4 | 52.1 |
| 1.-Servicios profesionales | 2.6 | 5.0 | 6.1 | 7.2 | 6.7 | 7.1 | 12.3 | 14.4 | 19.5 | 18.6 | 16.2 | 13.9 | 23.4 | 27.0 | 29.4 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 2.6 | 5.0 | 6.1 | 7.2 | 6.7 | 7.1 | 12.3 | 14.4 | 19.5 | 18.6 | 16.2 | 13.9 | 23.4 | 27.0 | 29.4 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 3.6 | 3.5 | 3.7 | 4.7 | 3.3 | 11.9 | 11.2 | 11.3 | 11.3 | 9.6 | 26.1 | 26.8 | 26.2 | 27.4 | 22.8 |
| 731 Comercio al mayoreo | 1.5 | 1.0 | 1.0 | 1.1 | 0.7 | 5.8 | 4.1 | 4.4 | 4.3 | 4.0 | 10.9 | 9.6 | 10.1 | 8.9 | 9.7 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 2.2 | 2.5 | 2.7 | 3.6 | 2.6 | 6.1 | 7.0 | 6.9 | 7.0 | 5.6 | 15.3 | 17.2 | 16.1 | 18.6 | 13.0 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 93.8 | 91.5 | 90.2 | 88.1 | 89.9 | 81.0 | 76.6 | 74.3 | 69.2 | 71.8 | 57.7 | 59.3 | 50.3 | 45.6 | 47.9 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 42.2 | 35.9 | 35.7 | 32.6 | 31.9 | 25.8 | 21.9 | 22.0 | 19.7 | 20.5 | 13.1 | 17.9 | 11.9 | 12.0 | 12.1 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 41.5 | 35.2 | 35.1 | 31.4 | 30.5 | 22.0 | 17.5 | 18.3 | 15.4 | 14.7 | 7.6 | 10.2 | 7.1 | 5.9 | 5.8 |
| 812 Supermercados | 0.4 | 0.5 | 0.4 | 1.0 | 0.8 | 2.9 | 3.7 | 3.0 | 3.6 | 4.1 | 4.9 | 5.7 | 3.8 | 4.7 | 4.0 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.5 | 0.9 | 0.7 | 0.6 | 0.7 | 1.7 | 0.6 | 2.1 | 1.0 | 1.4 | 2.4 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 17.3 | 15.4 | 15.5 | 16.0 | 17.2 | 19.7 | 17.8 | 17.7 | 16.4 | 16.8 | 15.6 | 11.3 | 12.1 | 10.0 | 10.1 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 11.2 | 10.0 | 10.1 | 9.9 | 10.2 | 10.8 | 9.9 | 10.7 | 9.9 | 9.8 | 4.9 | 4.5 | 5.2 | 3.6 | 3.8 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.9 | 3.6 | 3.6 | 4.3 | 5.1 | 2.7 | 2.2 | 2.2 | 2.2 | 2.5 | 1.4 | 0.9 | 1.0 | 0.7 | 0.9 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 0.9 | 0.7 | 1.1 | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.1 | 1.2 | 1.1 | 1.3 | 2.2 | 0.7 | 0.8 | 0.7 | 0.9 |
| 824 Difusión e información | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | 1.4 | 1.3 | 1.1 | 0.8 | 0.7 | 2.9 | 2.4 | 2.9 | 2.9 | 2.5 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.9 | 0.7 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 3.5 | 3.3 | 2.5 | 2.3 | 2.4 | 4.2 | 2.7 | 2.2 | 2.1 | 2.0 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 22.1 | 25.2 | 23.9 | 23.3 | 26.5 | 21.8 | 22.8 | 20.2 | 18.1 | 20.4 | 21.5 | 23.4 | 17.7 | 16.2 | 16.4 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 20.5 | 23.3 | 22.1 | 21.5 | 24.7 | 16.3 | 18.7 | 16.4 | 14.9 | 16.5 | 11.8 | 16.4 | 12.4 | 11.4 | 11.1 |
| 832 Tiendas de departamentos | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 2.3 | 1.0 | 1.2 | 1.0 | 1.3 | 3.6 | 1.6 | 1.7 | 1.2 | 1.5 |
| 833 Automotrices y autopartes | 1.4 | 1.8 | 1.7 | 1.7 | 1.8 | 3.3 | 3.1 | 2.6 | 2.2 | 2.6 | 6.1 | 5.3 | 3.6 | 3.5 | 3.8 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 12.3 | 14.9 | 15.0 | 16.1 | 14.3 | 13.8 | 14.1 | 14.4 | 15.0 | 14.0 | 7.6 | 6.7 | 8.6 | 7.4 | 9.2 |
| 841 Reparaciones | 8.1 | 9.8 | 9.7 | 10.0 | 9.0 | 5.9 | 6.6 | 6.5 | 6.2 | 5.1 | 3.4 | 2.9 | 2.7 | 2.7 | 2.1 |
| 842 Educación y cultura privados | 0.8 | 0.9 | 1.1 | 1.3 | 1.3 | 4.6 | 4.0 | 4.3 | 4.7 | 5.6 | 1.9 | 2.2 | 3.8 | 3.0 | 5.1 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 3.4 | 4.2 | 4.2 | 4.9 | 3.9 | 3.3 | 3.4 | 3.7 | 4.2 | 3.3 | 2.3 | 1.7 | 2.1 | 1.7 | 2.0 |
| 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 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de Información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México

Cuadro A-10
México: tasa de crecimiento por grupo de actividad, 1980-2003
 (porcentajes verticales)

| Grupo de actividad | Número de establecimientos | | | | | Personal ocupado | | | | | Producto interno bruto | | | | |
|---|----------------------------|-------------|------------|-------------|------------|------------------|-------------|-------------|------------|------------|------------------------|-------------|-------------|------------|------------|
| | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 | 1980-1988 | 1988-1993 | 1993-1998 | 1998-2003 | 1993-2003 |
| I. Comercio y servicios al productor: | 8.3 | 13.7 | 8.6 | -1.7 | 3.3 | 8.8 | 11.2 | 8.9 | 3.5 | 6.2 | 1.9 | 8.5 | 3.8 | 3.4 | 3.6 |
| 1.-Servicios profesionales | 13.0 | 15.2 | 7.9 | 0.3 | 4.0 | 13.5 | 12.6 | 11.6 | 4.4 | 7.9 | 0.4 | 15.8 | 4.8 | 6.1 | 5.4 |
| 721 Servicios profesionales a empresas | 13.0 | 15.2 | 7.9 | 0.3 | 4.0 | 13.5 | 12.6 | 11.6 | 4.4 | 7.9 | 0.4 | 15.8 | 4.8 | 6.1 | 5.4 |
| 2.-Comercio de bienes de capital e intermedios | 3.8 | 11.5 | 9.8 | -5.1 | 2.1 | 5.1 | 9.4 | 5.1 | 1.8 | 3.5 | 2.7 | 3.8 | 2.8 | 0.4 | 1.6 |
| 731 Comercio al mayoreo | -0.9 | 10.4 | 7.7 | -6.3 | 0.4 | 1.6 | 10.7 | 4.6 | 3.7 | 4.1 | 0.8 | 5.4 | -0.8 | 6.2 | 2.6 |
| 732 Comercio de equipo e insumos industriales | 6.4 | 11.9 | 10.5 | -4.7 | 2.6 | 7.7 | 8.6 | 5.4 | 0.6 | 3.0 | 3.9 | 2.9 | 4.9 | -2.9 | 0.9 |
| II.- Comercio y servicios al consumidor | 3.9 | 10.0 | 4.0 | 2.1 | 3.1 | 5.2 | 8.5 | 3.6 | 6.0 | 4.8 | 2.7 | 0.9 | -0.1 | 5.3 | 2.6 |
| 3.-Comercio de bienes de consumo inmediato | 2.2 | 10.3 | 2.6 | 1.2 | 1.9 | 3.8 | 9.2 | 2.8 | 6.1 | 4.4 | 6.5 | -4.0 | 2.0 | 4.6 | 3.3 |
| 811 Comercio de alimentos, bebidas y tabaco | 2.1 | 10.3 | 2.2 | 1.1 | 1.7 | 3.0 | 10.1 | 1.4 | 4.4 | 2.9 | 6.2 | -3.1 | -1.7 | 3.8 | 1.0 |
| 812 Supermercados | 7.0 | 8.2 | 23.4 | -3.1 | 9.3 | 9.0 | 4.8 | 9.0 | 7.8 | 8.4 | 4.5 | -4.0 | 6.4 | 0.9 | 3.6 |
| 813 Gasolina, gas y otros combustibles | 0.4 | 4.2 | 6.4 | 26.8 | 16.1 | 3.1 | 6.8 | 8.9 | 24.3 | 16.3 | 18.4 | -9.1 | 8.1 | 16.1 | 12.0 |
| 4.-Servicios de consumo inmediato: | 2.7 | 10.5 | 5.2 | 3.1 | 4.1 | 4.6 | 9.0 | 3.4 | 5.8 | 4.6 | -1.7 | 5.8 | -1.9 | 4.4 | 1.2 |
| 821 Preparación de alimentos y bebidas | 2.8 | 10.5 | 4.0 | 2.4 | 3.2 | 4.8 | 10.7 | 3.6 | 5.0 | 4.3 | 1.4 | 7.3 | -5.4 | 5.2 | -0.3 |
| 822 Servicio de aseo y limpieza, funerarias. | 3.2 | 10.2 | 8.0 | 5.5 | 6.8 | 3.1 | 9.7 | 5.1 | 7.9 | 6.5 | -3.1 | 5.6 | -5.9 | 12.2 | 2.8 |
| 823 Recreación y esparcimiento | 1.9 | 20.3 | 4.7 | 3.3 | 4.0 | 3.8 | 10.8 | 3.3 | 9.7 | 6.4 | -11.2 | 6.8 | -0.2 | 8.1 | 3.9 |
| 824 Difusión e información | 3.1 | -1.7 | 11.4 | -10.9 | -0.4 | 4.7 | 6.6 | -1.0 | 2.5 | 0.8 | 0.0 | 8.4 | 1.8 | 1.0 | 1.4 |
| 825 Hoteles, moteles y posadas. | 0.6 | 5.2 | 3.8 | 1.8 | 2.8 | 5.2 | 3.2 | 3.2 | 6.3 | 4.8 | -3.0 | -0.1 | 1.4 | 3.3 | 2.4 |
| 5.-Comercio de bienes de consumo duradero | 6.0 | 9.2 | 4.0 | 4.4 | 4.2 | 6.5 | 6.5 | 2.8 | 7.8 | 5.3 | 3.5 | -1.4 | 0.0 | 4.6 | 2.3 |
| 831 Bienes para el hogar y personales | 5.9 | 9.1 | 4.0 | 4.5 | 4.2 | 7.8 | 6.3 | 3.1 | 7.4 | 5.3 | 6.7 | -1.4 | 0.1 | 3.7 | 1.9 |
| 832 Tiendas de departamentos | -9.8 | 25.1 | 3.1 | -15.1 | -6.4 | -4.4 | 13.2 | 1.1 | 10.9 | 5.9 | -7.0 | 5.4 | -4.7 | 7.8 | 1.3 |
| 833 Automotrices y autopartes | 8.2 | 8.5 | 4.2 | 4.0 | 4.1 | 5.1 | 5.3 | 1.7 | 9.2 | 5.4 | 0.7 | -3.9 | 1.7 | 6.2 | 3.9 |
| 6.-Servicios de consumo duradero | 6.8 | 10.5 | 6.1 | -0.7 | 2.6 | 6.2 | 9.6 | 6.0 | 3.8 | 4.9 | 0.8 | 9.6 | -1.1 | 8.8 | 3.7 |
| 841 Reparaciones | 6.7 | 10.1 | 5.2 | -0.3 | 2.4 | 7.6 | 8.5 | 4.2 | 1.4 | 2.8 | 0.4 | 2.7 | 2.3 | -1.5 | 0.4 |
| 842 Educación y cultura privados | 6.3 | 13.9 | 7.5 | 2.4 | 4.9 | 4.2 | 10.6 | 6.9 | 9.1 | 8.0 | 4.1 | 16.7 | -3.2 | 16.1 | 6.0 |
| 843 Salud y asistencia social privada | 7.0 | 10.6 | 7.5 | -2.5 | 2.3 | 6.4 | 10.5 | 7.8 | 0.6 | 4.2 | -1.8 | 9.3 | -2.1 | 7.7 | 2.7 |
| Total | 4.2 | 10.4 | 4.5 | 1.7 | 3.1 | 5.9 | 9.1 | 5.1 | 5.3 | 5.2 | 2.4 | 4.2 | 1.9 | 4.3 | 3.1 |

n.d.: Esta información no está disponible.

Fuente: INEGI (1981) VII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1990) X Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1994) XI Censo Industrial Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (1999) XII Censo Comercial y de Servicios, México; INEGI (2004) Sistema Automatizado de información Censal.

La comparación de la información entre los diferentes censos y su ajuste a los valores de las Cuentas Nacionales se realizó siguiendo el procedimiento del Apéndice Metodológico 1 y 2 de, Garza, Gustavo (2008), Macroeconomía del sector servicios en la Ciudad de México, 1960-2003, El Colegio de México, México