

IMPORTANCIA Y ESTRUCTURA DEL COMERCIO EN EL AREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Alejandro Cázares Martínez

En números anteriores de la Carta Económica Regional se presentó un seguimiento del comportamiento general de la actividad comercial del Area Metropolitana de Guadalajara; en ellos se destacó la importancia de dicha actividad, tanto por sus aportaciones al Producto Interno Bruto Estatal (PIBE), como en la generación de empleos y, en general, en la actividad económica de la entidad.

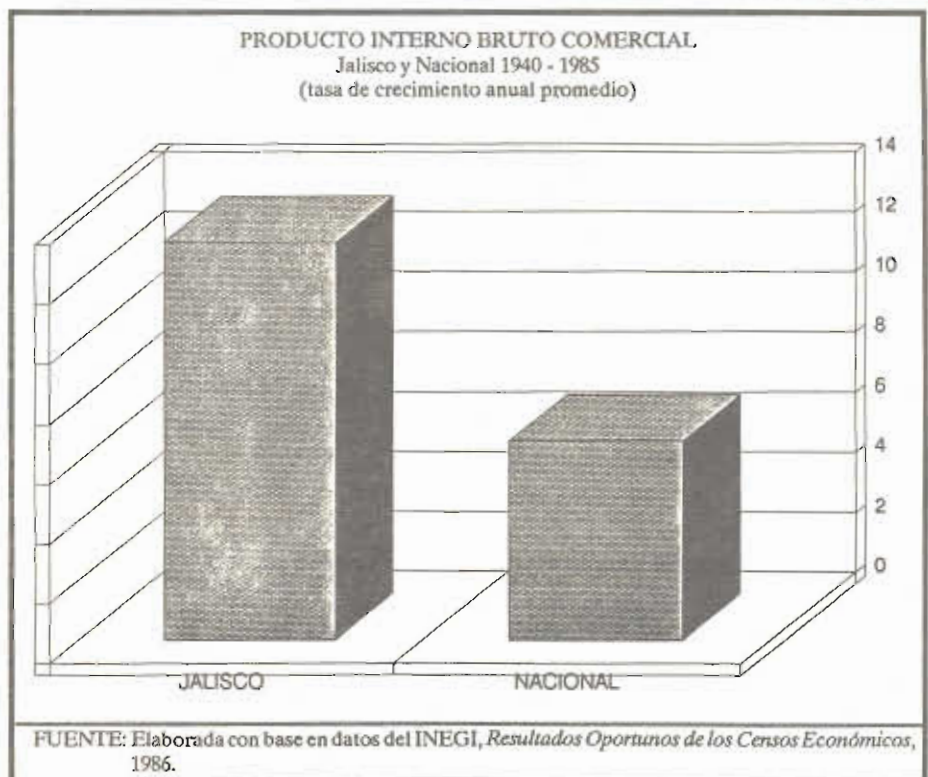
Para el año de 1985, el comercio contribuyó con el 30.93 por ciento del PIBE, concentrando el 56 por ciento de los establecimientos y el 30.3 por ciento del personal ocupado en los sectores no agropecuarios; asimismo, generó el 39.1 por ciento de los ingresos estatales en esos sectores.

El crecimiento del comercio jalisciense ya desde la década de los cuarenta ha sido superior al nacional, lo cual evidencia su importancia con relación al resto de entidades del país. Mientras que en 1940 sólo participaba con el 2.3 por ciento de los ingresos del sector, en 1985 participó con el 9.6 por ciento. El mayor dinamismo del comercio del estado con relación al nacional se ha debido principalmente al acelerado proceso de urbanización de Guadalajara y de su área metropolitana, así como por la rápida ampliación y profundización de su zona de influencia comercial, conformada básicamente por el interior de Jalisco y por los estados del noroeste y occidente del país.

Tal dinamismo también muestra que la crisis de los últimos años ha afectado más en promedio al comercio nacional que al estatal, quizá porque en Jalisco la economía

no ha sufrido los severos impactos negativos experimentados en el resto del país, por lo cual el mercado jalisciense no se ha visto disminuido en el mismo grado.

El desarrollo del comercio, y en general del sector terciario y secundario de Jalisco, se ha centralizado en Guadalajara y su área metropolitana; para el año de 1985 el sector terciario concentró al 87 por ciento de establecimientos; al 64 por ciento del personal ocupado y al 57 por ciento del valor de las ventas; y dentro de este sector el mayor peso lo ocupa el comercio. Lo anterior revela lo importante de su función económica; su peso real en la economía es tal que para 1985 la actividad comercial se ejerció en más de la mitad de los establecimientos, generó casi una tercera parte el empleo y aportó más de un tercio del valor de la producción del Area Metropolitana de Guadalajara.

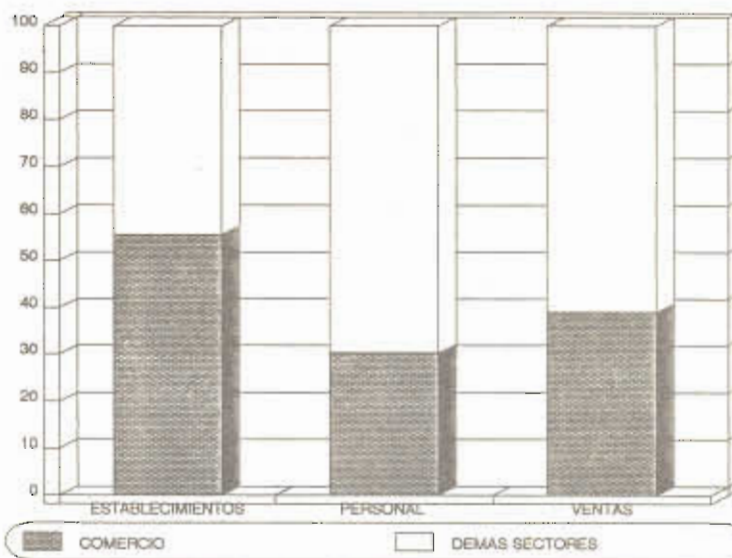


En la estructura y funcionamiento del comercio de la entidad se advierte una falta de homogeneidad; en él coexisten componentes radicalmente diferentes y podría decirse que su única semejanza es la actividad que desarrollan. Por un lado, existe un porcentaje muy grande de pequeños comercios, atomizados, poco eficientes y diseminados por todo el territorio del estado; y por el otro, el comercio más moderno y eficiente que ocupa un lugar privilegiado en el valor de las ventas y el producto del sector, que ha tenido por razones lógicas su campo natural de desarrollo en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Para el año de 1985 el 92.69 por ciento de los establecimientos comerciales del Área Metropolitana de Guadalajara eran minoristas y el 7.31 por ciento eran mayoristas; en los primeros se concentraba el 78.07 por ciento del personal ocupado y en los segundos el 21.93 por ciento, las ventas se distribuían con 59.08 por ciento a minoristas y 40.92 por ciento a mayoristas.

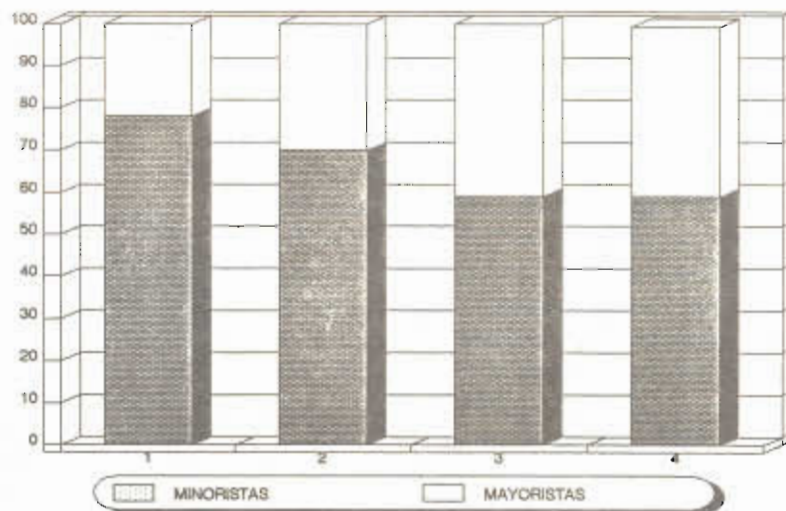
Para septiembre de 1989 el comercio minorista concentraba el 70 por ciento del personal ocupado y el 59.7 por ciento de las ventas. Como podrá observarse este último es realmente importante por el número de establecimientos que concentra y por los altos volúmenes de personal que emplea, en cambio respecto a ventas y valor de la producción tiene menores índices. El cambio en los volúmenes de personal ocupado que emplea el comercio minorista y mayorista en el periodo mencionado, se debió, entre otros factores, a que los grandes establecimientos de autoservicio, lejos de inhibirse por la crisis, afianzaron su posición y expansión, gracias a que su mercado lo constituye principalmente la población de ingresos medios y altos, la cual poco ha visto afectado su poder de compra global; ello

PARTICIPACION DEL COMERCIO EN LA ACTIVIDAD ECONOMICA
Jalisco, 1985
(por ciento)



FUENTE: Elaborada con base en datos del INEGI, *Resultados Oportunos de los Censos Económicos, 1986.*

ESTRUCTURA DEL COMERCIO SEGUN TIPO DE ESTABLECIMIENTO
Área Metropolitana de Guadalajara, 1985-1989*



1 Personal ocupado, 1985 2 Personal ocupado, 1989 3 Ventas netas, 1985 4 Ventas netas, 1989

* Al 31 de septiembre de 1989.

FUENTE: Elaborada con base en datos del INEGI, *Encuesta sobre establecimientos comerciales de Guadalajara.*

muestra además una tendencia a la diversificación y modernización del comercio.

Las tiendas de autoservicio son un tipo de comercio relativamente nuevo que obedece a una competencia oligopólica que se da entre algunas cadenas comerciales. Las tiendas departamentales, al igual que las tiendas de autoservicio se dan en forma paralela y presentan también alta concentración en pocas empresas.

La función comercial de Guadalajara y su importancia como centro distribuidor no sólo de productos agrícolas sino también industriales, se sustenta parcialmente en el abastecimiento de artículos provenientes de las principales zonas industrializadas del país (Distrito Federal, México, Monterrey y Puebla, principalmente) e incluso de Estados Unidos.

Esta estructura diversificada se encuentra dominada principalmente por los artículos de consumo y, en menor medida, por artículos de uso productivo. En Jalisco, y en el país en general, prevalece una estructura de comercio con desequilibrios importantes debido, entre otros factores, a que una gran parte del ingreso de la mayoría de la población se destina a la compra de artículos de consumo y en especial de consumo básico; además, los bienes de uso productivo generalmente son comercializados por las propias unidades productoras, en cuyo caso, y en particular en algunas ramas, existe oligopolización. Cabe mencionar que no todas las ramas de productos han tenido la misma dinámica ni el mismo peso, ya que dependen de los distintos canales de comercialización y del grado de eficiencia y concentración empresarial.

Asimismo, existe una marcada polarización de la mayor parte de las ramas del comercio entre el pequeño y el gran comercio, la cual se ha venido acentuando cada vez más. La coexistencia del comercio moderno junto al tradicional y pequeño presenta un cuadro de

comercialización complejo, con alto grado de intermediación y con resultados directos en el nivel de encajecimiento. En este sentido, el comercio tiende a retroalimentar el proceso inflacionario que a la fecha las distintas medidas de concertación económica han logrado contener y mantener en niveles bajos.

En suma, no obstante la crisis económica de los últimos años, el comercio ha registrado crecimiento, tanto por el dinamismo propio del sector como por el crecimiento demográfico del Área Metropolitana de Guadalajara; asimismo, existe una tendencia a la diversificación de la actividad comercial, la cual mantiene su importancia tanto en términos de derrama económica como en generación de empleo. □

