

DINÁMICA ECONÓMICA E IMPULSO A LA AGLOMERACIÓN: ANÁLISIS DEL POLÍGONO “CHAPULTEPEC” EN GUADALAJARA, JALISCO

*Katia Magdalena Lozano Uvario*¹

*Pedro Méndez Guardado*²

RESUMEN

El objetivo de este documento es analizar la dinámica que está ejerciendo en la ciudad, la conformación de una aglomeración económica relacionada principalmente con la localización de empresas de servicios de alimentos y bebidas, ubicadas en la zona “Chapultepec”, en el centro del municipio de Guadalajara, Jalisco, a partir de su asociación con las industrias culturales y su impulso a través de políticas públicas – económicas y territoriales-, en la entidad.

Se sostiene que la localización de este tipo de actividades económicas en espacios centrales, transforma la ciudad de manera compleja: si bien por lado su ubicación se relaciona con su herencia histórica, también refleja las tensiones sociales, los modos de vida de sus habitantes y su sobre todo las fuerzas económicas que para el caso están en función al fomento de funciones del binomio cultura-turismo, así como del desarrollo urbano de la metrópoli.

El análisis realizado se centra en la transformación de la estructura económica, así como en el reconocimiento de la propia aglomeración económica, sus factores de localización y los procesos de difusión espacial, considerando el enfoque de la Geografía Económica actual. Así también se advierte la relación entre la dimensión cultural y la economía, que a partir de la política pública está generando la emergencia, en el espacio urbano, de iniciativas en las industrias culturales. Por ende, la metodología utilizada es de tipo descriptivo, con información cuantitativa y cualitativa recabada de fuentes primarias y secundarias, a partir del trabajo de campo en la zona de estudio.

Los resultados obtenidos observan una mayor especialización de la aglomeración económica y su dispersión por expansión, con un bajo aprovechamiento de las economías de aglomeración, lo cual implica la necesidad de formación de nuevas capacidades empresariales -individuales y colectivas-, así como una mayor participación de los actores institucionales a nivel municipal.

Palabras Clave: Aglomeración económica, Localización; Dinámica económica

¹ Doctora en Economía, Departamento de Geografía y Ordenación Territorial, CUCSH, Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: klozano@csh.udg.mx

² Doctor en Biosistemática, Ecología, Manejo de Recursos Naturales y Sustentabilidad, Departamento de Geografía y Ordenación Territorial, CUCSH, Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: pmendez@csh.udg.mx

I. Dinámica económica de la metrópoli de Guadalajara en el nuevo milenio

El municipio de Guadalajara, capital del estado de Jalisco, cuenta con una extensión territorial de 151.4 km² y una población de 1,495,189 habitantes (INEGI, 2010). Es el centro del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), integrada con los municipios de San Pedro Tlaquepaque, Tonalá, Zapopan, Tlajomulco de Zúñiga, El Salto, Juanacatlán, e Ixtlahuacán de los Membrillos, albergando en conjunto a 4,434,878 habitantes y una superficie de 2,734 km² (INEGI, 2010).

Respecto a la vida económica, Guadalajara otrora considerada como la gran ciudad de la pequeña industria por ser una urbe productora de bienes tradicionales (alimentarios, textiles y calzado), centrado en empresas de pequeña escala, que también han convivido desde los años sesenta del siglo XX con una industria de gran escala, principalmente de capital externo, llegó a concentrar “más de la mitad de las unidades económicas y más de las dos terceras partes de la fuerza de trabajo industrial urbana del Estado (Alba Vega y Kruijt, 1988)” (Arias 1993, p.87).

Sin embargo, en los ochenta, el desbordamiento del perímetro urbano hacia los municipios aledaños a Guadalajara, que conforman la metrópoli, así como una fuerte desindustrialización, producto de la fragmentación de los procesos productivos y de la dispersión espacial de los establecimientos industriales, fundamenta que el municipio terminara el siglo XX, como una ciudad eminentemente comercial y de servicios: “en la gran ciudad se queda la punta del iceberg de las oficinas, la programación, el diseño, el mercadeo”.

De ahí que los municipios del AMG, principalmente Guadalajara, mantienen la concentración de las actividades económica, considerando en los períodos censales de 2004 a 2014, tanto en el número de unidades económicas, como el personal ocupado total y el valor agregado generado, según los porcentajes mostrados en la Tabla 1.

Tabla 1. Características económicas principales según sus porcentajes de participación de los municipios del Área Metropolitana de Guadalajara respecto al total estatal, 2004-2009

Municipio	Unidades Económicas			Población Ocupada Total			Valor Agregado Censal Bruto		
	2004	2009	2014	2004	2009	2014	2004	2009	2014
Guadalajara	35.9%	32.0%	28.9%	43.3%	37.6%	34.5%	44.0%	44.2%	32.5%
Ixtlahuacán de los Membrillos	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.5%	0.7%	0.8%
El Salto	1.1%	1.4%	1.8%	2.4%	3.0%	2.9%	3.8%	4.2%	5.2%
Tlajomulco de Zúñiga	1.7%	2.6%	3.5%	3.2%	3.4%	5.0%	3.2%	3.3%	4.6%
Tlaquepaque	6.0%	6.2%	6.2%	5.4%	7.2%	6.8%	5.7%	7.4%	7.6%
Tonalá	4.3%	5.0%	5.2%	2.5%	3.0%	3.0%	1.1%	0.8%	1.4%
Zapopan	11.6%	12.5%	13.6%	17.6%	19.0%	20.6%	23.9%	23.0%	28.0%
Juanacatlán	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
Total AMG	60.9%	60.0%	59.7%	74.7%	73.5%	73.1%	82.2%	83.6%	80.1%

Fuente: elaboración propia, a partir de INEGI, 2014.

Entonces, Guadalajara como el espacio con la principal centralidad en el estado de Jalisco concentra no sólo actividades económicas, sino que también es foco de atracción poblacional, con economías de

aglomeración, de infraestructura física y social, que ha proporcionado una oferta sostenida de empleo para hacer frente a la demanda de sus habitantes. De manera específica 2004 a 2014, las principales actividades económicas generaron entre el 25 y el 31 por ciento de valor agregado censal bruto, respecto al total estatal, destacando la construcción, las actividades de información en medios masivos, el comercio al por mayor y al por menor, los servicios financieros, los servicios de apoyo a los negocios y los servicios de salud (Figura 1).

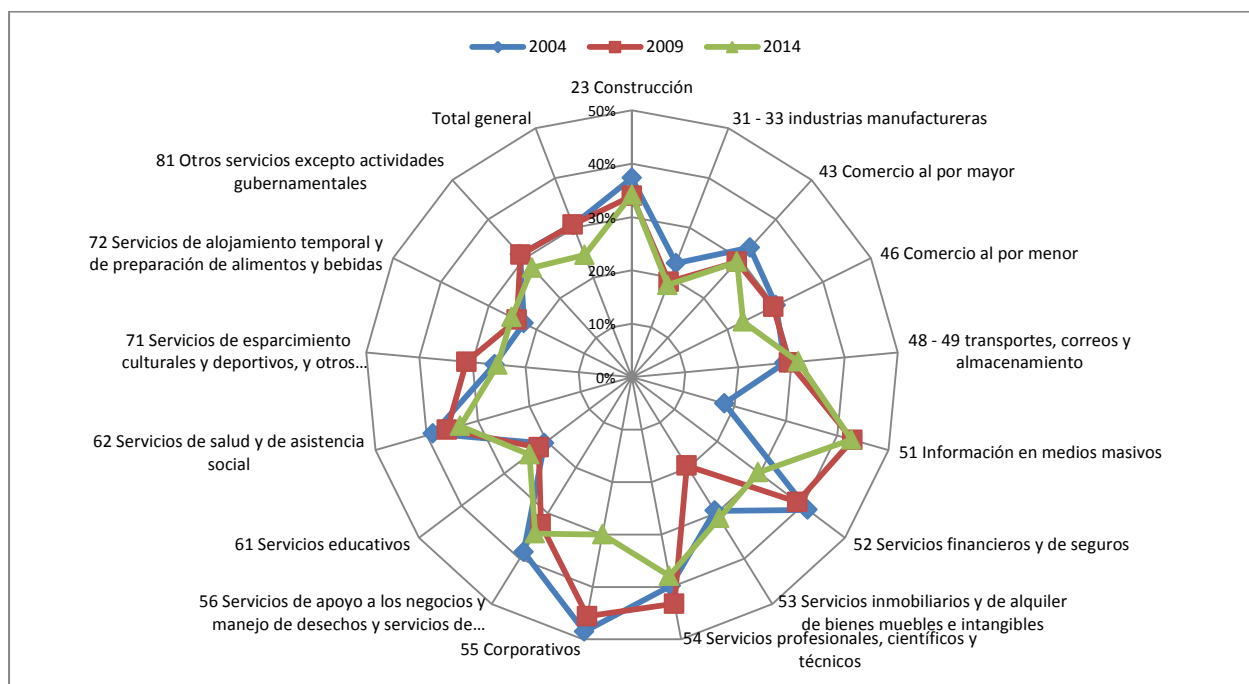


Figura 1. Porcentaje de participación en el total estatal del valor agregado censal bruto por sector económico del municipio de Guadalajara, 2004-2014.

Fuente: elaboración propia a partir de INEGI, 2014.

La evolución de la estructura económica del AMG se explica también por una reorientación del aparato productivo hacia el mercado nacional e internacional, a partir del establecimiento de maquiladoras (Arroyo Alejandro 1993, p.97), concentrándose en la industria de alta tecnología y dos áreas del conocimiento: 1) tecnologías de información, microelectrónica y multimedia, 2) biotecnología (COECYTJAL 2003). En consecuencia, las últimas dos décadas, el desarrollo económico se entiende a partir de una creciente industria creativa, centrada en los sectores de la electrónica, *software* y biotecnología, promovida con proyectos, políticas públicas y fondos que han impulsado los negocios basados en el conocimiento, más que en la mano de obra (Arechavala, Rico, Rodríguez y Huerta, 2010, p. 197).

Las políticas gubernamentales orientadas a la creatividad, se asociaron también con la construcción de un entorno innovador que incluyó una estrecha vinculación entre diversas dependencias del gobierno local, las organizaciones privadas del sector de la electrónica y las instituciones educativas a nivel superior de la entidad, a partir de lo cual se constituyeron planes y programas específicos enfocados al fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación en Jalisco, que han tenido impacto principalmente en el desarrollo y la localización de la industria eléctrico-electrónica y la del *software* en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) (Basulto Castillo et al. 2016).

Los resultados obtenidos a nivel estatal³ (entre el 7 y el 9 por ciento del PIB a nivel nacional entre 2003 y 2016, sólo del subsector 336 Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios electrónicos), así como el mantenimiento y aplicación de este tipo de políticas, han involucrado a otros sectores vinculados con la creatividad, como los identificados como “industrias culturales”, es decir de aquel grupo de sectores que ofrecen: por un lado, servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (p. ej. películas, música grabada, medios impresos o museos y galerías) y por otro, productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, auto afirmación y manifestación social (p. ej. ropa de moda, joyería, gastronomía) (Quartesan et al. 2007).

Cabe señalar respecto a las actividades económicas que se involucran en las industrias culturales, lo señalado por Piedras (2006, p.32), quien hace mención que ésta cambian de acuerdo con el país, siendo que para México, el sector de la cultura integra en las industrias culturales a las audiovisuales, las artes visuales (pintura, escultura, fotografía y artes gráficas), artesanía, editorial, música, las artes escénicas, las relacionadas con el patrimonio cultural (material e inmaterial) y algunas veces la investigación y educación artística.

Estas industrias culturales se han focalizado por la política estatal, a partir de considerarse “lo cultural” como “un elemento clave de los procesos de desarrollo económico, social y político del Estado”, por lo cual han sido impulsadas diversas políticas económicas y territoriales, mismas que han sido también adoptadas a nivel municipal.

Así por ejemplo, Guadalajara fue nombrada en 2005 como “Capital Americana de la Cultura”, mismo reconocimiento que busca Zapopan para 2018 (Notimex 2017), mientras que Tlaquepaque busca ser denominado como Pueblo Mágico (Pereira 2017), a fin de activar su economía mediante el turismo cultural.

De igual forma es posible ubicar nuevos espacios públicos destinados de manera específica para el desarrollo de las industrias culturales: por ejemplo, desde 2012 el centro de la ciudad de Guadalajara alberga el proyecto de Ciudad Creativa Digital; la zona del corredor cultural Chapultepec y el corredor gastronómico de López Cotilla; mientras que el centro de Tlaquepaque ubica el corredor turístico artesanal peatonal.

Dichos corredores fueron identificados por Verduzco y Valenzuela (2018) como distritos urbanos gastronómicos turísticos, caracterizados como aglomeraciones de unidades económicas con actividades complementarias (hoteles, restaurantes, artesanías, museos, comercio), cuyo éxito se ha señalado, depende principalmente de la inversión pública en proyectos de infraestructura urbana y equipamiento; proyectos inmobiliarios; la renovación constante de la imagen urbana; la orientación festivo-comercial-cultural dirigida a consumidores de altos ingresos; la celebración de eventos de tipo turístico.

Por otra parte, tanto Guadalajara como Zapopan albergan a los mayores recintos donde se desarrollan las actividades vinculadas con las industrias culturales: entre otros, el Auditorio Telmex, PALCCO, el Teatro Diana, Expo Guadalajara, el recién inaugurado Conjunto de Artes Escénicas, y el Centro Cultural Constitución, así como numerosos museos y casas de la cultura.

³ Entre 2003 y 2016, sólo del subsector 336 Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios electrónicos electrónicos de Jalisco generó entre el 7 y el 9 por ciento del PIB a nivel nacional

II. Las características de los estudios de localización económica

Desde el punto de vista de la Geografía Económica, la implementación de las políticas impacta no sólo el impulso de las actividades económicas, sino también el ordenamiento de la ciudad, a partir de la localización de aglomeraciones económicas especializadas y la generación de ambientes económicos favorables o no para su sostenimiento. De hecho, la localización y su estudio es uno de los activos principales de esta subdisciplina, que alude no sólo a entender su lugar, el asiento territorial de un elemento en el espacio, sino también a considerar su posición, es decir, al conjunto de relaciones que en este caso la actividad económica tiene con otros elementos próximos o cercanos al lugar y que justifican su presencia (Dollfus 1978).

De ahí que como lo establece Méndez (1997, p.256) “un buen conocimiento de las tendencias de localización empresarial evita caer en simples ejercicios de voluntarismo”, en los cuales su estudio implica considerar las siguientes características:

- 1) Describir las pautas de localización; 2) Identificar los factores de localización o fuerzas capaces de justificar las decisiones empresariales...desde una relación causal; 3) Establecer las asociaciones empresariales entre empresas y actividades que tienden a aparecer de forma conjunta en los mismos territorios...así como las interrelaciones espaciales o flujos que las vinculan; 4) Analizar la evolución o dinamismo espacial de las actividades...así como las redes de flujos o interrelaciones entre las empresas; 5) elaborar clasificaciones o tipologías de los espacios; 6) considerar el impacto territorial derivado de la localización de las actividades económicas sobre la movilidad y estructura de la población, el crecimiento económico, el bienestar social o el medio ambiente (Méndez 1997, p.256)

Entre los factores de localización Méndez (1997, p.279) propone consideran tanto los económicos, como extraeconómicos. En los primeros contempla: los costos de transporte y comunicación; los costos de los factores de producción (mano de obra, recursos naturales y capital); las características del mercado, tanto respecto de su estructura de mercado, como del consumo; y las economías (deseconomías) externas, de localización y urbanización. Por su parte, en los factores extraeconómicos incluye el medio ambiente, factores sociales y políticos como el marco legislativo, la organización sindical, las redes de cooperación, entre otros.

Por otra parte, se parte de entender la configuración territorial de la aglomeración, como el principio espacial central de las actividades económicas (Camagni 2005), “endógeno al proceso económico (Storper, 2011)” (Cuadrado-Roura 2014, p.19), impulsado tanto por la operación de fuerzas centrípetas, relacionadas con movimientos migratorios de la mano de obra y la elasticidad de la oferta de trabajo, la formación de relaciones intersectoriales hacia delante y hacia atrás entre las distintas ramas productivas (o entre las empresas), así como la existencia de rendimientos a escala y economías a escala (Cuadrado-Roura 2014).

Si bien, tradicionalmente en las decisiones de localización influyen aspectos vinculados con “el mercado de trabajo, la disponibilidad del suelo, la estructura sectorial de la zona, la competencia por el suelo con actividades de tipo residencial o las políticas públicas dedicadas a la captación de la actividad” (Coll-Martínez & Arauzo-Carod 2017, p.103), las pautas de localización de las industrias creativas y culturales (ICC) en lo particular, hacen referencia de manera específica a su especial concentración en grandes áreas metropolitanas, donde se ubican los trabajadores de la clase creativa (Florida 2003), así como debido a factores extraeconómicos como la imagen y el prestigio otorgado a las zonas que albergan este tipo de actividades (Coll-Martínez & Arauzo-Carod 2017), llamados también como *soft factors*, que tiene

que ver con la manera en que los agentes involucrados consumen el territorio, es decir, que valores aprecian en él que los lleva a localizar ahí su negocio (Escalona Orcao et al. 2017, p.150).

III. El caso del polígono Chapultepec: aglomeración y factores de localización⁴

Como fue señalado anteriormente, Guadalajara alberga dos espacios públicos donde se aglomeran las industrias culturales: el corredor cultural Chapultepec y el corredor gastronómico de López Cotilla. Ambos lugares ubicados en la Zona Centro de Guadalajara.

Debido a ello, en el marco de la investigación se decidió establecer un espacio más amplio que contemplara no solo estas zonas específicas, sino también sus áreas de influencia más cercanas, el llamado “Polígono Chapultepec”, definido como un recorte territorial delimitado ex profeso, de 2.51 km², donde se supone la aglomeración de empresas especializadas en el subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas. La ubicación del polígono se da entre las avenidas México, la calle Juan Manuel y Niños Héroe, así como entre la Avenida Enrique Díaz de León y la calle Luis Pérez Verdía/Francisco Javier Gamboa, albergando a siete colonias: Lafayette, Americana Poniente, Americana Oriente, Obrera, Barrera, San Antonio y una parte de la Ladrón de Guevara, y un total de 7,872 habitantes, según los datos del Censo de 2010, donde por su uso de suelo conviven las funciones habitacionales, con las comerciales y de servicios. (Figura 2).

Estas colonias, principalmente Lafayette y Americana, son producto de la transformación urbana de Guadalajara de la época porfiriana, donde los desarrollos de tipo americano y europeo (afrancesadas) se ubican en el poniente, fuera de la mancha urbana de esa época (Camberos Garibi 1993, pp.177–178). Con el transcurso del siglo XX, esta zona tendió a localizar por un lado, las funciones comerciales como una concentración secundaria, después de la ubicado en el centro de la ciudad; los servicios personales y profesionales, así como las funciones bancarias y de bolsa, debido a ubicarse “dentro de su mercado; es decir, en las zonas de vivienda de los sectores de ingresos medios y altos de la población urbana” (Camberos Garibi 1993, p.191).

⁴ El trabajo de campo de esta investigación estuvo apoyado por los alumnos del curso Geografía Económica impartido en el calendario escolar 2018-A de la Licenciatura en Geografía de la Universidad de Guadalajara, quienes colaboraron en el levantamiento de la información y en la elaboración de la cartografía.



Figura 2. Localización y delimitación del polígono Chapultepec, en el municipio de Guadalajara, Jalisco.

Fuente: elaborado por Roberto Carlos Bautista Gutiérrez, Carol Miroslava Castañeda Martínez, Miguel Ángel Ramos Nava y Saray Villalvazo.

El objetivo principal del análisis del polígono Chapultepec es explicar tanto la aglomeración de las actividades económicas, como los factores que definen cómo proliferan las actividades y cómo se están relacionando los actores centrales de la aglomeración en estudio.

El subsector 722 Servicio de preparación de alimentos y bebidas, identifica a las actividades propias de la gastronomía, identificado con las artes culinarias (gastronomía) como parte de las actividades culturales relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial (Piedras 2006). Para el municipio de Guadalajara, la Tabla 2 presenta las principales características económicas de este subsector y su peso en la actividad económica del municipio.

Tabla 2. Principales características económicas del subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas en Jalisco y el municipio de Guadalajara, 2014

Ubicación	Actividad Económica	Unidades económicas (UE)	Personal ocupado total (POT)	Producción bruta total (PBT)	Consumo intermedio (CI)	Valor agregado censal bruto (VACB)
Jalisco	Total estatal	313,013	1,561,965	697,867	417,867	279,999
	722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	36,655	127,070	20,149	12,326	7,823
	% Participación de 722/Total estatal	11.71%	8.14%	2.89%	2.95%	2.79%
Guadalajara	Total municipal	90,533	538,517	220,940	129,869	91,071
	722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	10,008	40,244	6,969	4,270	2,699
	% Participación de 722/Total estatal	27.30%	31.67%	34.59%	34.64%	34.50%

Fuente: elaboración propia a partir de INEGI, 2014.

Respecto a la evolución del subsector 722, la Figura 3 evidencia que de 2004 a 2009 se ha experimentado un crecimiento en todos los indicadores, aunque ha sido más notable su incremento en el período de 2004 a 2009, cuando por ejemplo la tasa de crecimiento del valor agregado (VACB) fue de 43.21%, en comparación con el 18.78% de incremento en el período de 2009 a 2014; lo mismo sucede con el personal ocupado total (POT) que de 2004 a 2009 creció un 23.20% en tanto que para 2009 a 2014 la tasa sólo fue del 5.48%.

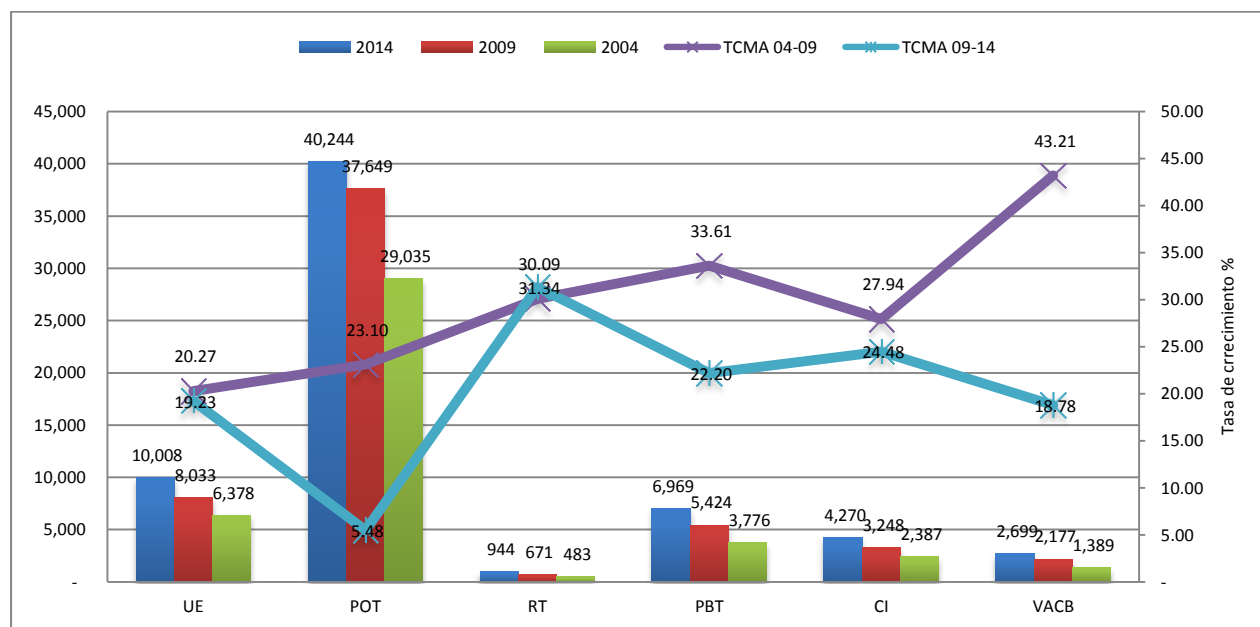


Figura 3. Evolución de las características económicas principales del subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas en el municipio de Guadalajara y tasa de crecimiento media anual, 2004-2009.

El subsector 722 se desgrega a su vez, tres ramas de actividad económica: 7223 Servicios de preparación de alimentos por encargo, 7224 Centros nocturnos, bares, cantinas y similares y 7225 Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas, donde es prioritaria en un 95.56% la rama 7225 servicios de preparación de alimentos y bebidas respecto al empleo y en un 88.9% en el personal ocupado total (Tabla 3)

Tabla. 3 Características principales de la rama 7225 Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas en el municipio de Guadalajara, 2004-2014.

Actividad Económica	UE Unidades económicas	POT Personal ocupado total	RT Total de remuneraciones	PBT Producción bruta total	CI Consumo intermedio	VACB Valor agregado censal bruto
2004	6,187	27,102	418	3,468	2,214	1,254
Participación 7225/722	97.01%	93.34%	86.45%	91.83%	92.76%	90.23%
2009	7,739	33,599	564	4,851	2,935	1,916
Participación 7225/722	96.34%	89.24%	84.06%	89.43%	90.37%	88.04%
2014	9,564	35,797	774	6,171	3,799	2,372
Participación 7225/722	95.56%	88.95%	81.95%	88.54%	88.96%	87.87%
Tasa de Crecimiento Media Anual (TCMA)						
2004-2009	19.61	18.76	27.20	30.81	25.29	40.42
2009-2014	18.46	5.20	28.69	21.23	22.93	18.60

Fuente: elaboración propia a partir de INEGI, 2014.

a) Coeficiente de localización (especialización) del polígono Chapultepec

A partir de la base de datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) a mayo de 2018, se ubicaron en dicho polígono un total de 3,824 unidades económicas, 530 de los cuales son del subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas. Con esta información se calculó el Coeficiente de Localización, tomando en consideración el número de unidades económicas en vez del empleo, debido a la imposibilidad de obtener datos actuales y específicos para la zona de estudio. La fórmula utilizada en el cálculo es la siguiente:

$$CLi = \frac{\frac{U_{ij}}{U_j}}{U_1/U_n}$$

Donde:

CL_{1j} = Cociente de localización del sector de actividad 1 en la región j

U_{1j} = Unidades económicas del sector de actividad 1 en la región j

U_j = Unidades económicas totales de la región j

U_1 = Unidades económicas del sector de actividad 1 en el conjunto de regiones (n)

U_n = Unidades económicas totales en el conjunto de regiones (n)

El resultado del coeficiente es de $CL = 1.25$, con lo cual se corrobora la identificación de un espacio con especialización en el municipio para la actividad del subsector 722.

A partir de identificar la aglomeración y su especialización, se realizó un primer levantamiento muestral considerando de manera puntual que de los 530 establecimientos ubicados en el polígono, 370, es decir 65% del total⁵, corresponden con restaurantes (189), cafeterías (100) y bares (81) (Figura 3).



Figura 4. Localización de bares, cantinas, cafeterías y restaurantes en el polígono “Chapultepec”, Guadalajara.

Fuente: elaborado por Mariana Muñoz Gasca con datos de DENU, 2018.

La información recuperada de manera directa, mediante entrevistas a los encargados de 54 establecimientos de la zona, tuvo como propósito responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los factores centrales para la localización de las empresas especializadas en los servicios de producción de alimentos y bebidas ubicadas en el polígono Chapultepec?
2. ¿Existen relaciones económicas y de cooperación entre las empresas del polígono?
3. ¿La zona de estudio favorece la aglomeración de empresas del subsector 722 o de otro tipo?

Los indicadores seleccionados para dar respuesta a estas preguntas fueron los siguientes:

⁵ El conteo realizado dejó fuera los restaurantes de autoservicio y aquellos que preparan alimentos para llevar.

Tabla 4. Indicadores seleccionados para determinar los factores de localización del Polígono Chapultepec

Concepto	Indicadores
Características generales de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de producto ofertado - Ubicación original - Tiempo de permanencia en la zona - Número de sucursales
Factores de localización	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado de trabajo especializado - Mercado de consumo - Factores extraeconómicos - Capital físico y financiero - Economías externas - Deseconomías externas
Factores que favorecen u obstaculizan la aglomeración	<ul style="list-style-type: none"> - Grado de competencia empresarial - Acciones de cooperación empresarial: a) seguridad, b) información; c) publicidad - Problemática principal de la zona de ubicación - Zonas de localización alternativa

Fuente: elaboración propia.

b) Análisis de los resultados sobre los factores de localización en el polígono Chapultepec

Respecto a las características generales de las empresas aglomeradas, éstas son pequeñas, tienen un promedio de 10 empleados, aunque su rango oscila entre los 2 y los 30 personas ocupadas.

En cuanto a la especialización de la oferta gastronómica, los resultados muestran un dominio de la cocina mexicana (33%), con una tendencia a la diversificación (Figura 5), en el que la competencia entre los establecimientos se plantea alta en el 20% de las empresas y media en el 23%, en tanto que solo el 7% plantea no tenerla, debido a que ofertan productos únicos en la zona, con especialidades culinarias gastronómicas en vez de una oferta más genérica, sean estos los restaurantes de comida española o francesa, por citar un ejemplo (Figura 6).

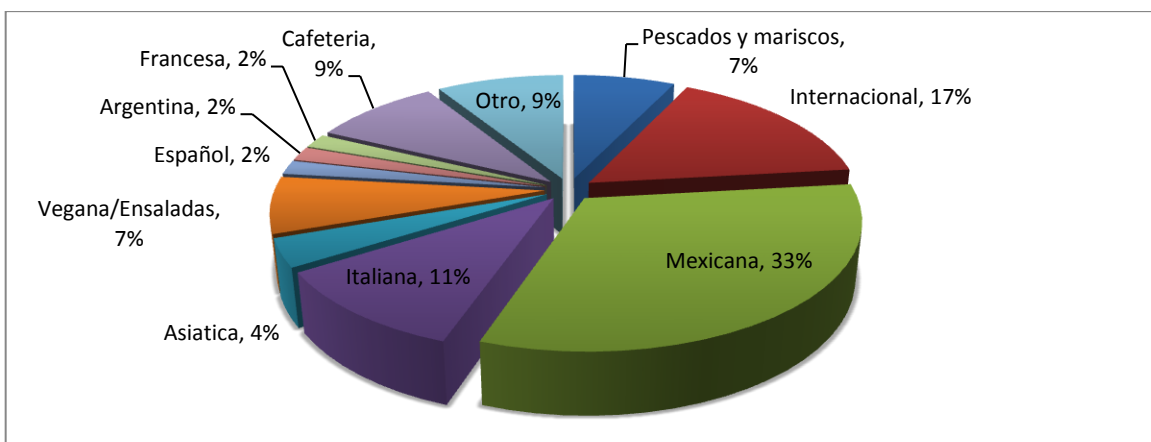


Figura 5. Tipo de productos alimenticios ofertados por las empresas muestreadas del Polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

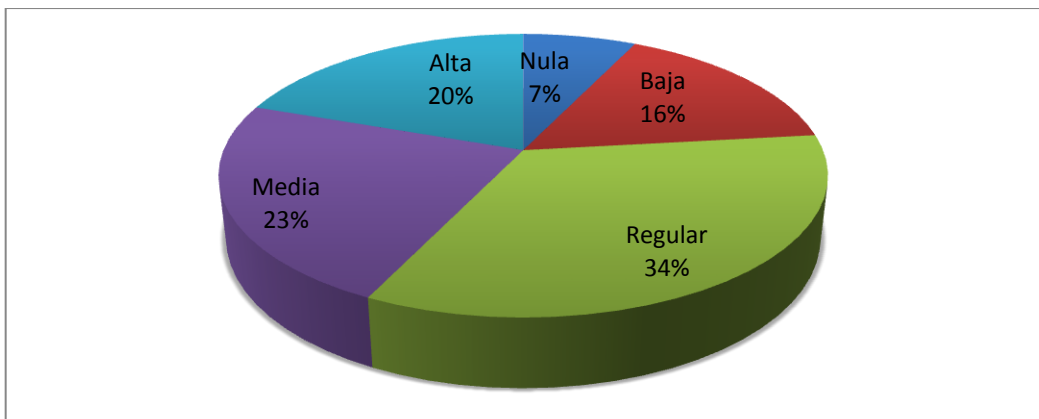


Figura 6. Valoración de la competencia con otros establecimientos del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

En lo que corresponde con su localización en el polígono, 87% son empresas originalmente establecidas ahí, 65% de los cuales no cuenta con sucursales y tiene un promedio de estancia en la zona de 9.12 años. Es decir, se trata de empresas que en su mayoría se han instalado la aglomeración entre el 2006 y 2010 (28%), y de manera más importante de 2016 a la fecha (22%)(Figura 7), lo cual habla del lugar como un espacio consolidado en dichas actividades, así como de empresas que superan la esperanza de vida, que en Guadalajara ronda los 7.5 años (INEGI 2018).

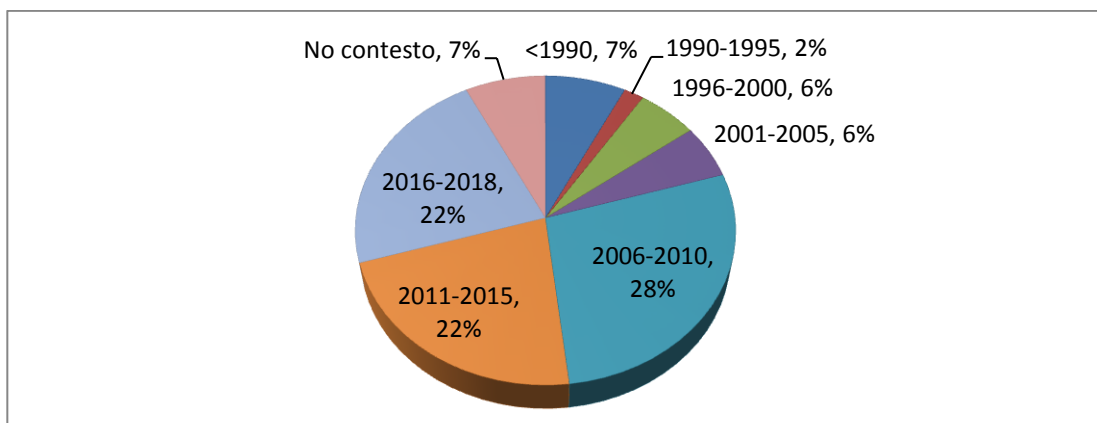


Figura 7. Año de inicio de operaciones de los establecimientos muestreados en el Polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se indago sobre los principales factores que perciben las empresas como elementos que definen su ubicación y permanencia en el polígono, siendo, el mercado de consumo el más relevante (43%), seguido de la percepción de un mayor tránsito de personas (41%) y la existencia propia de la aglomeración (35%) (Figura 8).

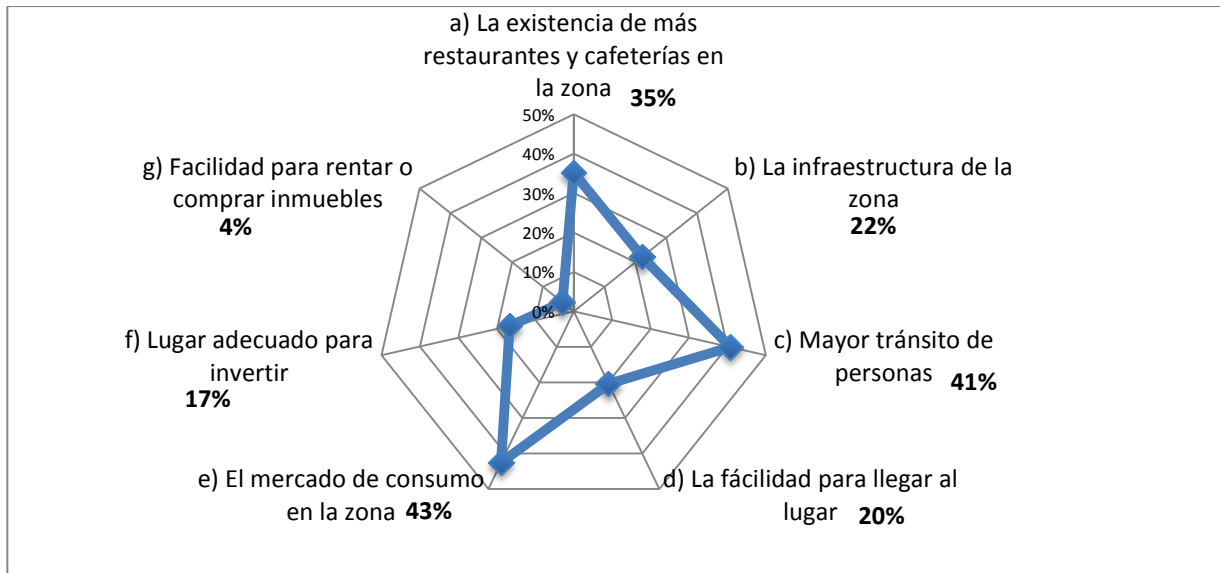


Figura 8. Factores que influyen en la ubicación de las empresas ubicadas en el Polígono Chapultepec.
 Fuente: elaboración propia

En relación al mercado de consumo, las empresas tienen una oferta gastronómica que en promedio está dirigida principalmente a consumidores de estrato medio⁶ (Figura 9); en tanto que el lugar de procedencia de los consumidores es en su mayoría del AMG (57%), lo que deja un 43% para flujos externos, potenciales consumidores vinculados con la función turística de la zona (Figura 10).

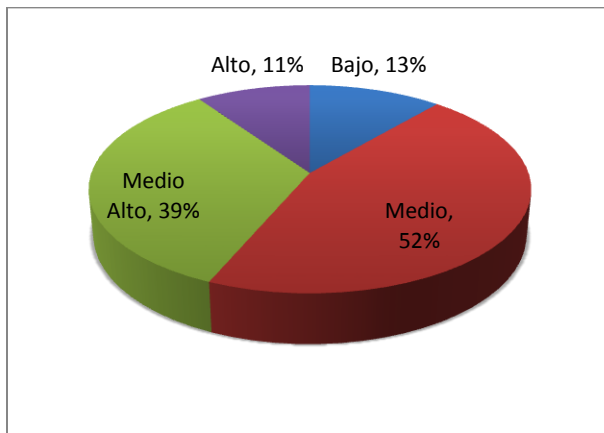


Figura 9. Nivel socioeconómico al que está dirigida la oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec.
 Fuente: elaboración propia.

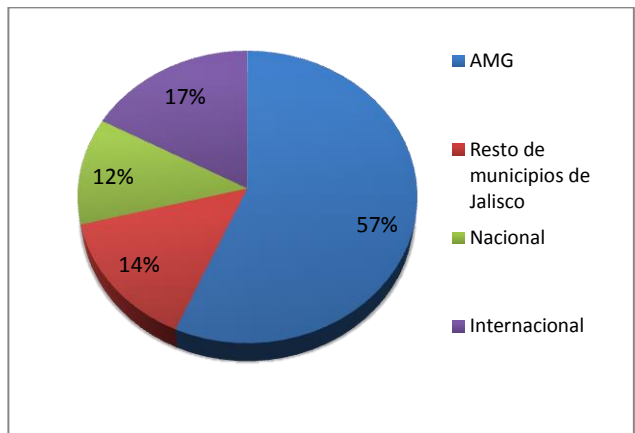


Figura 10. Procedencia de los consumidores de los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

En lo que se refiere al mercado de trabajo, se trata de empresas que generan empleos permanentes y con contratos por turno en el 67% de los casos, aunque en el 33% de los casos, las empresas requieren

⁶ Según la AMAI, el nivel socioeconómico medio (C), corresponde con hogares que tienen un jefe de hogar con estudios mayores a primaria y 73% cuentan con conexión a Internet fijo en la vivienda. Del total de gastos de este nivel, un 35% son destinados a la alimentación y un 9% a la educación (AMAI 2018).

conocimientos especializados en el área de cocina. Así también, 67% de las empresas hacen mención que los empleados requieren capacitación, principalmente en el área de cocina, el manejo higiénico de los alimentos y la atención a clientes.

En otro orden, uno de los elementos más importantes mencionados por la literatura (Méndez 1997; Camagni 2005), que refuerza la aglomeración, tiene que ver con las economías de aglomeración, definidas como aquellas ventajas o beneficios que obtienen las empresas por el hecho de localizarse en un espacio densamente ocupado, donde pueden encontrarse una gran cantidad de clientes y proveedores potenciales, además de servicios de apoyo y un mercado de trabajo amplio, que permiten el logro de economías de escala; las economías de localización, cuando además la estructura espacial concentrada está especializada, a lo que se suman las llamadas economías de urbanización, derivadas de una mayor dotación de equipamientos e infraestructuras de calidad, así como de la relación entre instituciones y actividades diferentes.

En la investigación del polígono Chapultepec, dos elementos permitieron indagar sobre las economías de aglomeración. Por una parte, se cuestionó a los establecimientos respecto de su valoración sobre la infraestructura y los servicios de la zona de estudio, a partir de lo cual se alude a las economías de urbanización. Los resultados muestran que las calles y banquetas, así como los servicios de alumbrado y disponibilidad de líneas telefónicas, son los mejor calificados (Figura 11).

Al respecto cabe mencionar, que estos resultados evidencian la incidencia de políticas públicas a nivel municipal por dotar a la zona de una adecuada infraestructura, dada por ejemplo la inversión pública realizada en 2008 en la cual el gobierno municipal ejecuta un proyecto de intervención urbana y revitalización del Paseo Chapultepec, con el cual incrementó las áreas verdes, mejoro la accesibilidad, a partir de la recuperación de banquetas y el mejor uso de espacio de servidumbre (Gobierno de Guadalajara 2008); o incluso la inversión de 28 millones de pesos realizada en 2016, también con el fin de mejorar la imagen urbana de la zona (Gobierno de Guadalajara 2016)

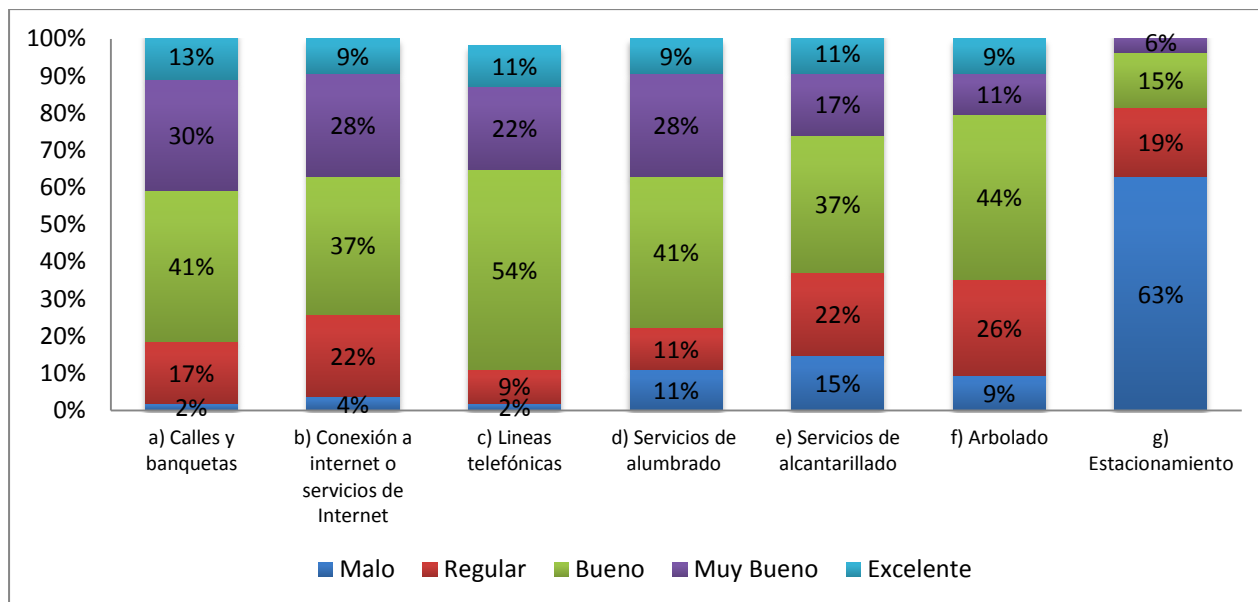


Figura 11. Valoración de la infraestructura y los servicios del polígono Chapultepec.

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se indagó sobre las economías de localización, en relación a la problemática que representaba para las empresas contratar personal, siendo que el 83% de ellos respondió no tenerlos y el 17% que si los refiere, señalan como el principal obstáculo para hacerlo, la falta de capacitación del personal a contratar.

Así también se valoraron este tipo de economías a partir de las acciones de cooperación que las empresas podían ejercer en al menos tres áreas: los servicios de seguridad, la información y la publicidad (Figura 12).

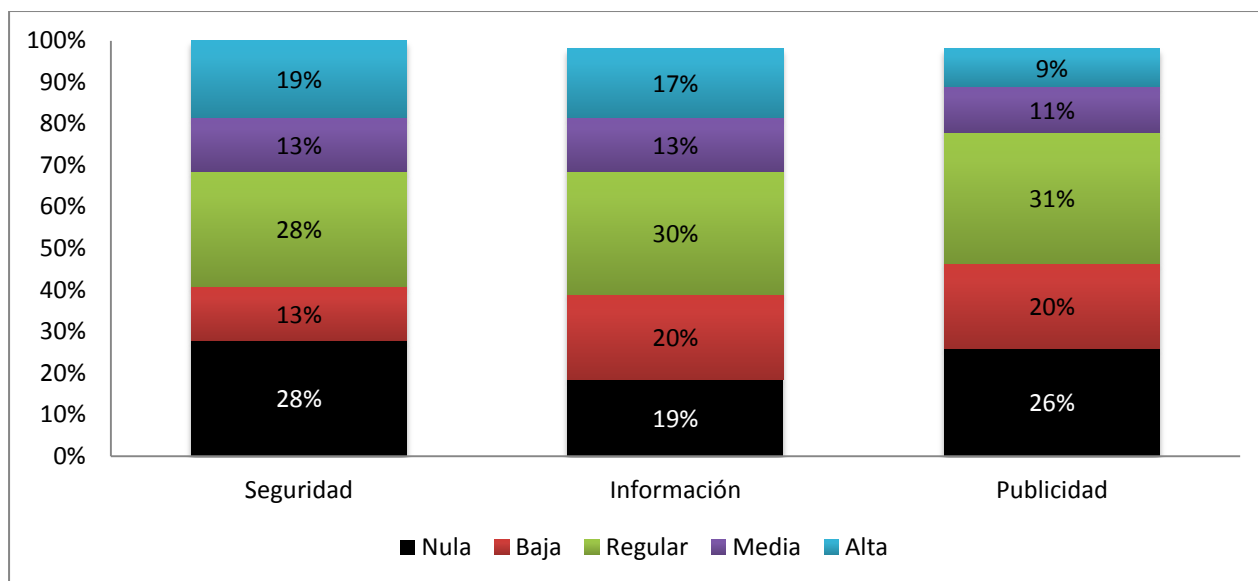


Figura 12. Nivel de colaboración en rubros definidos entre los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

En términos de seguridad, el rubro se considera importante pues como se señalará más adelante es uno de los principales problemas definidos por los empresarios, de ahí que sea muy relevante que el 19% de los entrevistados refieran tener una alta cooperación en este tema.

Por su parte, la cooperación en términos de información corresponde con la formación de un patrimonio de conocimientos comunes, que no solo garantiza la amplia y rápida circulación de la información relativa al mercado, sino con la formación de un espacio donde se tiene la posibilidad de sostener relaciones “cara a cara”, lo cual favorece en el largo plazo los procesos de innovación y la difusión de las mismas, aumentando en su conjunto la eficiencia del sistema local (Garofoli 1995). Por lo anterior, es relevante que se presente la cooperación alta en el 17% de las empresas, y con nivel medio en el 13% de ellas. De hecho, estas empresas (16) manifestaron utilizar la aplicación *Whatsapp* para informarse, organizar juntas y tener un contacto inmediato y permanente en los asuntos relacionados con su ubicación.

En el caso de la publicidad, las acciones de cooperación conducen a un impulso conjunto por el conglomerado, a fin de impulsar e incrementar la atracción y el mercado de consumo de la zona que a su vez compite con otros espacios de la ciudad, de ahí que aunque en menor proporción el 9% de las empresas establezcan una alta colaboración.

En otro orden, cuando en caso contrario los costos empresariales se elevan, como producto del encarecimiento del suelo, los inmuebles o los salarios se generan deseconomías de aglomeración, que favorecen la relocalización de aquellas actividades no necesitadas de un alto nivel de centralidad, provocando movimientos de carácter centrífugo en la zona.

Al respecto, los resultados del polígono Chapultepec, evidencian por un lado que las principales desventajas por su localización que perciben los empresarios son la falta de estacionamiento (63%), y la inseguridad en la zona (46%) (Figura 13), acentuada en los últimos años por el robo a transeúntes, a casas habitación e incluso hasta una balacera en mayo de 2018.

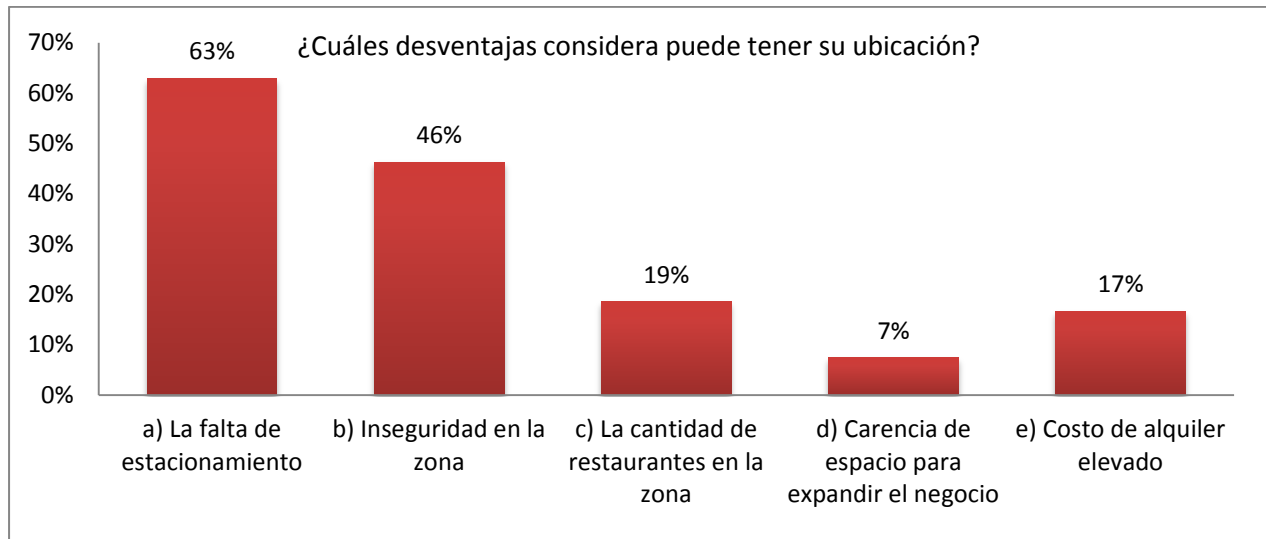


Figura 13. Deseconomías de aglomeración percibidas por los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, si el cuestionamiento gira en torno a los problemas, la deseconomía más relevante tiene que ver sobre todo con las altas rentas de los inmuebles y de manera menos preponderante con el tráfico vehicular (16 rutas de transporte circulan por la calle López Cotilla, donde mayor número de restaurantes se ubican), lo cual aunque permite una adecuada accesibilidad a la zona y potencia el mercado de consumo, también es visto como un elemento que deteriora el tránsito peatonal y la imagen urbana del lugar (Figura 14).

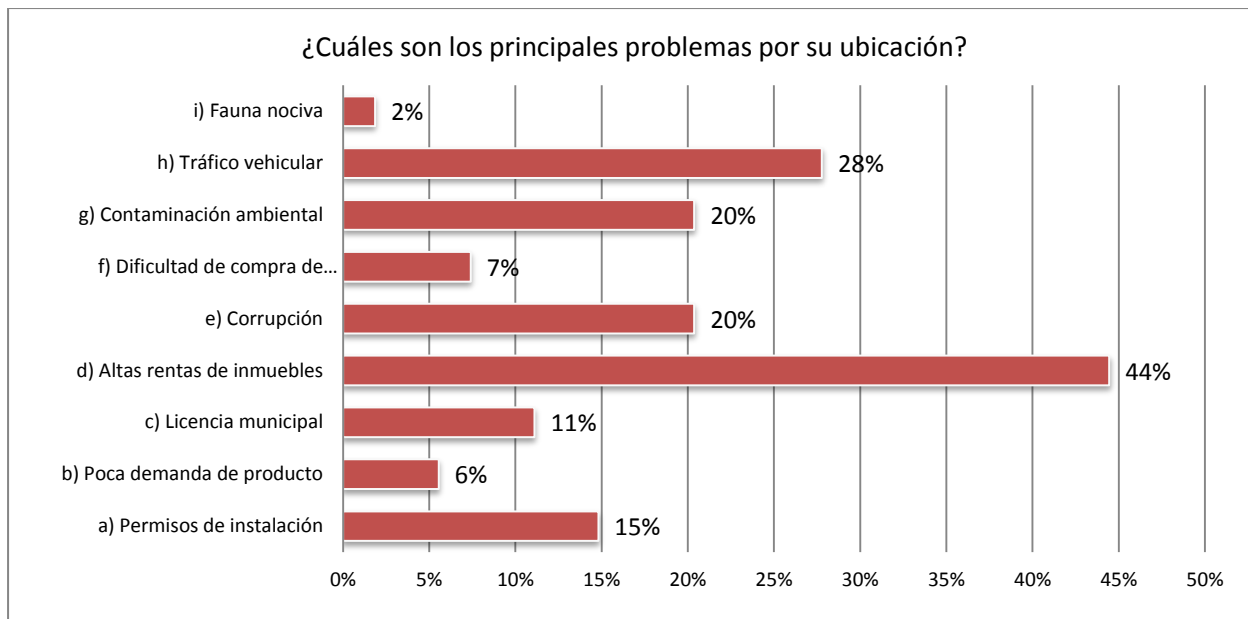


Figura 14. Problemas principales percibidos por los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

El alto costo de los inmuebles se relaciona también con el hecho de que la actividad de servicios compite en cuanto a espacio con los grupos inmobiliarios a fin de mantener en la zona la localización de oficinas y edificios habitacionales, como el proyecto de cuatro torres denominado Horizontes Chapultepec, que combina en la planta baja del mismo, negocios comerciales y también de servicios de alimentos y bebidas (Verduzco & Valenzuela 2018).

Por ello, aunque 30% de los empresarios tienen como lugar alternativo de expansión la misma zona, el 63% restante desea situarse también en la Zona Centro de Guadalajara (33%) o Tlaquepaque (15%), donde también se focalizan importantes mercados de consumo de productos alimentarios y espacios aglomerados especializados (Figura 15).

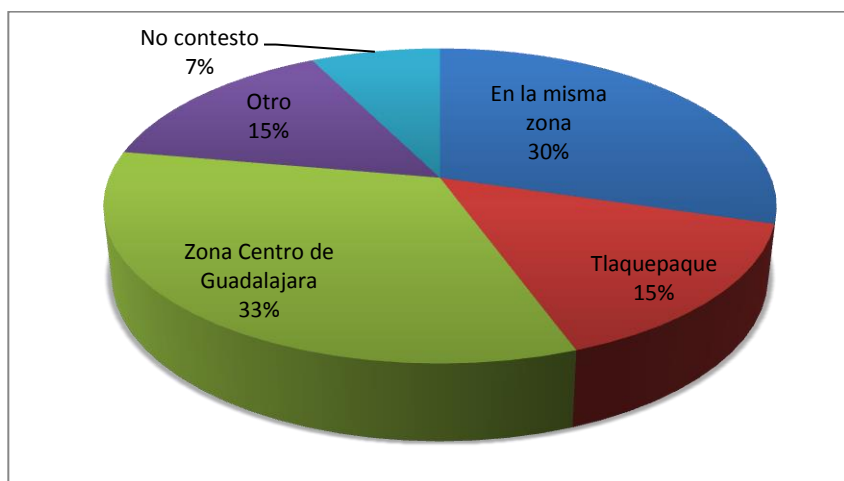


Figura 15. Lugares alternativos de expansión definidos por los establecimientos de alimentos y bebidas del polígono Chapultepec. Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

El análisis de las aglomeraciones de actividades económicas desde el punto de vista de la Geografía Económica permite identificar los factores que explican su localización y permiten definir la dinámica económica de un lugar, así como las trayectorias de crecimiento y difusión espacial que se pueden prever, principalmente en las ciudades, como espacios focales de concentración.

La transformación económica del municipio de Guadalajara, impulsada en una primera instancia por el desarrollo de la industria creativa, ha llevado a fomentar también a las industrias culturales, reforzando en la ciudad su concentración espacial, principalmente en el centro de la ciudad, en áreas que desde hace varias décadas han sido destinadas para funciones habitacionales, comerciales y de servicios, como el denominado en este documento polígono Chapultepec. Esta zona actualmente aglomera actividades especializadas en los servicios de alimentación y bebidas, integrados a la industria cultural, debido a que la gastronomía es incorporada a ella debido a que es una actividad relacionada con la identidad de la sociedad que la desarrolla, y se considera como parte de su patrimonio cultural intangible.

Los resultados de la investigación obtenidos con base en un primer muestreo piloto, definen para el polígono Chapultepec la importancia de la formación del mercado de consumo, como elemento fundamental de localización, el cual está asociado principalmente a los consumidores del AMG, y en segunda instancia como espacio de aprovechamiento para los turistas.

Asimismo, aunque los efectos de derrama, es decir las externalidades y aprovechamientos derivados de la proximidad se empiezan a percibir, dadas las acciones que los empresarios mantienen en cuanto a la cooperación principalmente para intercambiar información, y resolver los problemas que tienen que ver con la seguridad de la zona, se trata de una aglomeración aún en proceso de crecimiento, más en términos de las relaciones entre los miembros del polígono, que en cuanto al número de empresas localizadas.

No obstante, el polígono también presenta deseconomías externas, derivadas de la competencia por el uso de suelo, así como la inseguridad y falta de estacionamiento, lo cual por un lado exige generar políticas públicas, principalmente para el gobierno municipal, para la solución de los problemas locales y el mantenimiento de economías en auge en la ciudad; por otro lado, representa para las empresas el reto de estrechar las relaciones de cooperación y la generación de acciones conjuntas a fin de impulsar la consolidación del espacio económico y aprovechar la oportunidad del reconocimiento de la gastronomía mexicana, como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (declarada por UNESCO en 2010).

De ahí entonces que los espacios gastronómicos aglomerados como el del polígono Chapultepec, no solo se vuelven lugares potenciales de creación de mayor empleo, sino también de formación de ambientes de innovación, dada la especialización y especificidad requerida en las artes culinarias, donde la participación conjunta de empresas, instituciones educativas y gubernamentales (cultura, turismo, economía), se vuelve un aspecto clave para su desarrollo.

REFERENCIAS

- AMAI**, 2018. Niveles Socio Económicos. Disponible en: <http://www.amai.org/nse/niveles-socio-economicos/> [Accesado Junio 25, 2018].
- Arechavala Vargas, R. et al.**, 2010. La empresa en el desarrollo económico: ¿basta el crecimiento? En V. M. González Romero, C. E. Anguiano Gómez, y H. Gutiérrez Pulido, eds. *2 décadas en el desarrollo de Jalisco. 1990-2010*. Guadalajara, Jalisco: Gobierno de Jalisco - Secretaria de Planeación, pp. 193–209.
- Arias, P.**, 1993. Cambio y continuidad en la vida económica tapatía. En L. F. Cabrales Barajas, ed. *Espacio urbano, cambio social y Geografía Aplicada*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, pp. 85–95.
- Arroyo Alejandro, J.**, 1993. La transición poblacional y económica de la Zona Metropolitana de Guadalajara. En L. F. Cabrales Barajas, ed. *Espacio urbano, cambio social y Geografía Aplicada*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, pp. 97–128.
- Basulto Castillo, A., Hernández Pérez, A. y López Méndez, G.**, 2016. Políticas públicas y reconversión de la industria electrónica hacia un ecosistema de alta tecnología en Jalisco. En *El desarrollo regional frente al cambio ambiental global y la transición hacia la sustentabilidad*. AMECIDER, Instituto Tecnológico de Mérida, UNAM. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/3283/1/090-Basulto-Hernandez-Lopez.pdf>.
- Camagni, R.**, 2005. *Economía urbana*, Barcelona, España: Antoni Bosch editor.
- Camberos Garibi, J.**, 1993. Influencia postindustrial en la conformación de los usos del suelo en la Zona Metropolitana de Guadalajara. En L. F. Cabrales Barajas, ed. *Espacio urbano, cambio social y Geografía Aplicada*. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara, pp. 175-193.
- COECYTJAL, C.E. de C. y T. de J.**, 2003. *Programa Estatal de Ciencia y Tecnología del Estado de Jalisco, PECYTJAL 2001-2007*, Guadalajara, Jalisco, México: Gobierno de Jalisco, Secretaría de Promoción Económica.
- Coll-Martínez, E. y Arauzo-Carod, J.M.**, 2017. Localización de industrias creativas en Cataluña. En M. Valdivia López & J. R. Cuadrado-Roura, eds. *La Economía de las Actividades Creativas. Una perspectiva desde México y España*. Cuernavaca, Morelos: CRIM, UNAM, Universidad de Alcalá, pp. 103–144.
- Cuadrado-Roura, J. R.**, 2014. ¿Es tan “nueva” la “Nueva Geografía Económica”? Sus aportaciones, sus límites y su relación con las políticas. *EURE*, mayo-agosto(120), pp.5–28. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/196/19630362013.pdf> [Accesado Junio 25, 2018].
- Dollfus, O.**, 1978. *El análisis geográfico*, Barcelona, España: Oikos-Tau.
- Escalona Orcao, A.I., Sáez Pérez, L. A. y Sánchez-Valverde García, B.**, 2017. Los clústers de actividades creativas en las áreas extrametropolitanas españolas: localización y factores. In M. Valdivia López y J. R. Cuadrado-Roura, eds. *La Economía de las Actividades Creativas. Una perspectiva desde México y España*. Cuernavaca, Morelos: CRIM, UNAM, Universidad de Alcalá, pp. 145–168.
- Florida, R.**, 2003. Cities and the Creative Class. *City and Community*, 2(1), pp.3–19. Disponible en: https://creativeclass.com/rfcgdb/articles/4_Cities_and_the_Creative_Class.pdf [Accesado Diciembre 10, 2017].

Garofoli, G., 1995. Modelos locales de desarrollo. Lecciones desde la experiencia italiana. In A. Vázquez Barquero y G. Garofoli, eds. *Desarrollo Económico Local en Europa*. Madrid: Editorial Iltre, Colegio de Economistas de Madrid, pp. 42–48.

Gobierno de Guadalajara, 2016. Gobierno de Guadalajara relanza el Paseo Chapultepec con varias intervenciones y da a conocer su nueva imagen. *Página Oficial del Gobierno de Guadalajara*. Disponible en: <https://guadalajara.gob.mx/comunicados/gobierno-guadalajara-relanza-paseo-chapultepec-varias-intervenciones-da-conocer-su-nueva> [Accesado Junio 26, 2018].

Gobierno de Guadalajara, 2008. *Informe por proyectos estratégicos*, Guadalajara, Jalisco, México. Disponible en: <https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/2doInformeParte6.pdf>.

INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2018. Esperanza de vida de los negocios en México. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx> [Accesado Junio 26, 2018].

Méndez, R., 1997. *Geografía económica*, Barcelona, España: Editorial Ariel.

Notimex, 2017. Buscarán convertir a Zapopan en Capital de la Cultura. *El Universal*.

Pereira, D., 2017. Busca Tlaquepaque ser Pueblo Mágico | NTR Guadalajara. *El Diario NTR*. Disponible en: http://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=89075 [Accesado Junio 19, 2018].

Piedras, E., 2006. Industrias y patrimonio cultural en el desarrollo económico de México. *Cuicuilco*, 13(38), pp.29–46. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/351/35103803.pdf> [Accesado Septiembre 29, 2017].

Quartesan, A., Romis, M. y Lanzafame, F., 2007. *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*, Disponible en: <http://www.iadb.org/wmsfiles/products/publications/documents/1156165.pdf> [Accesado Octubre 18, 2017].

Verduzco, B. y Valenzuela, B., 2018. Los distritos urbanos gastronómico-turísticos: conflictos y problemas de gestión pública. Guadalajara, México. *Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales*, 44(132). Disponible en: <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/2282> [Accesado Abril 20, 2018].