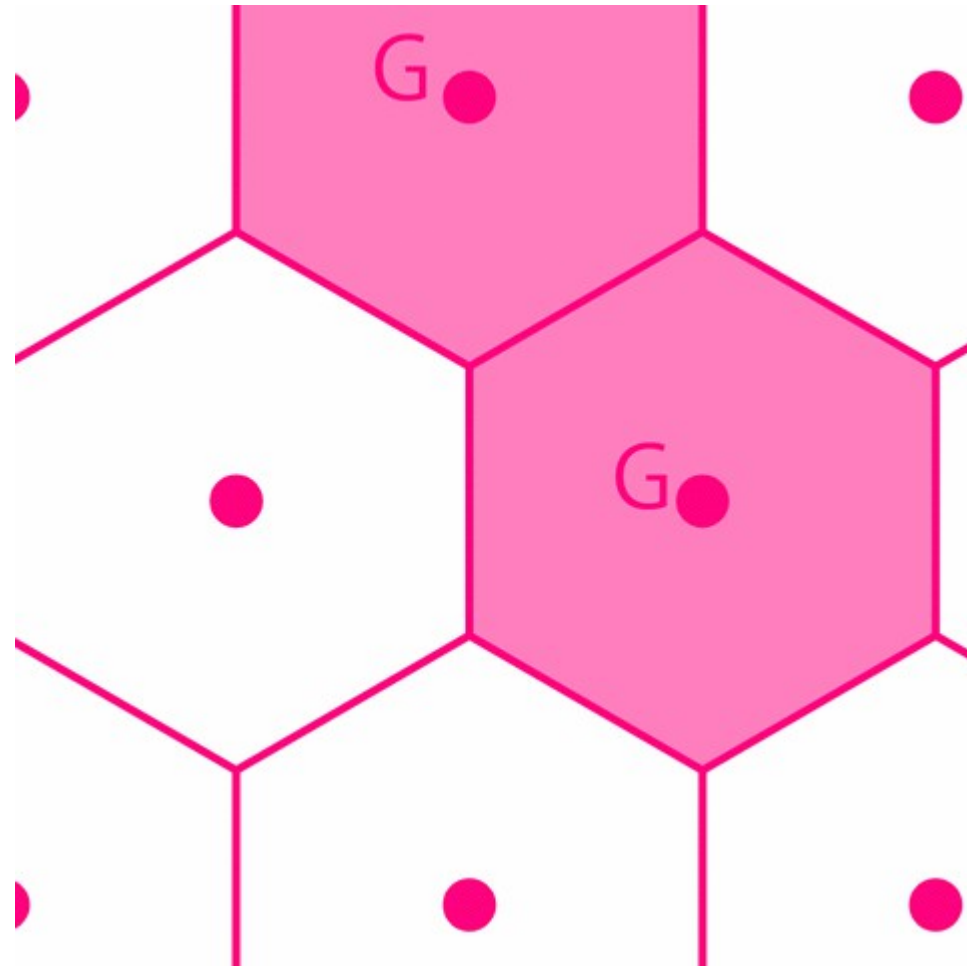


# Localización de actividades terciarias: la teoría de los lugares centrales y el modelo de Christaller



# Teoría de los Lugares Centrales

## Aspectos a considerar

Contexto de su elaboración: país, época, datos del autor

Objetivos/planteo del problema

Supuestos del modelo

Conceptos básicos: Lugar central, área de influencia, umbral, alcance, jerarquía

Desarrollo del razonamiento

Modelo geométrico resultante

Aplicaciones y desarrollos posteriores:

Crítica: aportes, utilidad y limitaciones

# Walter Christaller

(1893 - 1969)



- Geógrafo alemán
- Obra principal: “*Los lugares centrales en el sur de Alemania*”, tesis de doctorado defendida en 1932, publicada en 1933 y traducida al inglés en 1966.
- Teoría e investigación basada en el método hipotético-deductivo

# Teoría de los lugares centrales (Christaller)

- Planteo del problema:

*“¿Existen leyes que determinen el número, la distribución y el tamaño de las ciudades?”*

- Objetivo:

Establecer una teoría deductiva que revele el “principio de ordenación” en la distribución de las ciudades

- Antecedentes: Von Thünen, Weber

# Teoría de los Lugares Centrales

## Método

Aplica el método hipotético-deductivo:

- Parte de un conjunto de supuestos (hipótesis) a partir de los cuales va deduciendo sus consecuencias lógicas y construye un modelo;
- La investigación empírica se orienta a verificar en la realidad las distribuciones previstas por el modelo.

# Modelo de Christaller

## Supuestos

- Llanura homogénea
- Espacio isotrópico (igual facilidad de desplazamiento en cualquier dirección)
- Densidad de población uniforme
- Renta per cápita homogénea
- Homogeneidad de gustos, preferencias y pautas culturales.
- Comportamiento racional

# Teoría de los lugares centrales

## Conceptos básicos

- Lugar central
- Área de influencia
- Jerarquía de servicios
- Umbral
- Alcance
- Jerarquía de lugares centrales

# Concepto de “lugar central”

Punto desde el cual se ofrecen bienes y servicios para la población del mismo punto (pueblo, ciudad, etc.) y de su área de influencia



# Área de influencia

- Área cuya población se provee de bienes y servicios en un determinado lugar central.
- La extensión del área de influencia dependerá de la jerarquía de bienes y servicios que se ofrecen en el lugar central.
- El área de influencia de un lugar central incluye al propio lugar central, al área rural que lo rodea y, eventualmente, a otros lugares centrales de menor jerarquía.

# Jerarquía de bienes y servicios

- Algunos bienes y servicios se consumen con mayor frecuencia y son menos costosos (pan, atención médica primaria, artículos de limpieza, etc.). Otros bienes y servicios se requieren con menor frecuencia o son muy costosos (joyas, asesoramiento profesional, tratamientos médicos especializados, etc.)
- Los bienes y servicios se ordenan en varios niveles jerárquicos, desde los de uso más frecuente y menor costo hasta los más costosos y/o de uso menos frecuente.

# Umbral de demanda

- Es la cantidad de habitantes necesaria para que se justifique económicamente la oferta de un determinado bien o servicio.
- A mayor jerarquía de un bien o servicio, mayor será la cantidad de habitantes necesaria para que se justifique su oferta.

# Alcance

- Es la distancia máxima que el consumidor está dispuesto a recorrer para acceder a un determinado bien o servicio.

# Jerarquía de lugares centrales

A mayor jerarquía de bienes y servicios ofrecidos,  
mayor umbral y mayor alcance: mayor  
extensión del área de influencia