



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFÍA

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL
TURISMO EN TIJUANA, BAJA
CALIFORNIA, 2003

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GEOGRAFÍA
P R E S E N T A :
ROSAURA CARMONA MARES

ASESOR : DR. ÁLVARO LÓPEZ LÓPEZ



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFÍA



FACULTAD DE FILOSOFÍA
Y LETRAS.

MÉXICO, D.F.



2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**



A Mode

A Juanita

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Rosaura Carmona
Mares

FECHA: 06/01/04

FIRMA: 

Agradecimientos

A mis cómplices en la vida: Gus, Mary, Ange, Carlos, Ada, Paty, Yoyo y Lulis; siempre los llevo en el corazón.

A Olga, por formar parte de este proyecto de manera incondicional y ser mi soporte desde el inicio de mi vida en la Geografía.

Al Dr. Álvaro López López, por asesorar y apoyar de distintas formas la realización de esta tesis y brindarme su confianza y amistad.

A los miembros del sínodo Dra. María del Carmen Juárez, Dr. Álvaro Sánchez, Dr. Enrique Propin y Mtra. Alejandrina de Sicilia, por sus valiosos aportes a la presente investigación.

A la Dra. Nora L. Bringas (COLEF) y al Lic. Juan Coronado (COTUCO), por su amable contribución en la compilación de información para esta tesis.

A mis familiares y amigos que contribuyeron de alguna forma en mi desarrollo personal y ahora profesional.

Una extraña paradoja: al actuar, la gente sólo piensa en su interés privado, pero al mismo tiempo su comportamiento está, más que nunca, condicionado por los instintos de masa. Y más que nunca, éstos vagan a la deriva, ajenos a la vida.

Walter Benjamin, Dirección única

ÍNDICE GENERAL

Introducción	6
Capítulo 1. Aspectos teóricos e históricos asociados con la organización territorial del turismo en la frontera norte de México.....	10
1.1. Marco teórico-conceptual del turismo.....	10
1.2. Evolución de la actividad turística en México.....	18
1.3. Evolución del turismo en la frontera norte de México y en Tijuana.....	21
Capítulo 2. Contexto geográfico de la ciudad de Tijuana.....	28
2.1. Ubicación de la ciudad de Tijuana.....	28
2.2. Medio físico del municipio de Tijuana.....	30
2.3. Aspectos geográficos de la población.....	42
Capítulo 3. Turismo y estructura territorial en la ciudad de Tijuana.....	49
3.1. Atractivos turísticos.....	50

3.1.1. Atractivos del naturales.....	50
3.1.2. Atractivos culturales.....	51
3.2. Organización espacial y turismo en Tijuana.....	60
3.3. Uso y valor del suelo en la porción central de Tijuana.....	66
3.4. Diferenciación espacial en la oferta turística y tipos de turistas.....	73
3.5. Proyectos en las zonas turísticas de Tijuana.....	77
Capítulo 4. Canales espaciales de articulación y flujos de turistas en Tijuana, Baja California.....	81
4.1. Vías de comunicación terrestre.....	82
4.2. Vías de comunicación aérea.....	86
4.3. Equipamiento e imagen urbana.....	89
4.4. Flujos turísticos de Tijuana: el caso de los turistas y las mercancías.....	92
Conclusiones	109
Fuentes de consulta.....	112

ÍNDICE DE FIGURAS

1.1.	Ciudades fronterizas de México y Estados Unidos.....	26
2.1.	Localización del municipio de Tijuana.....	29
2.2.	Localización de la ciudad de Tijuana.....	31
2.3.	Tijuana: relieve e hidrografía.....	33
2.4.	Tijuana: geología.....	35
2.5.	Climogramas de ciudades fronterizas del norte de México.....	37
2.6.	Tijuana: suelos.....	38
2.7.	Tijuana: vegetación y uso de suelo.....	41
2.8.	Población total municipal del estado de Baja California, 2000.....	43
2.9.	Población del estado de Baja California, municipio y ciudad de Tijuana, según origen de nacimiento, 2000.....	43
2.10.	Migrantes a la ciudad de Tijuana, 2000.....	44
2.11.	Condición de ocupación de la PEA en Baja California, el municipio y la ciudad de Tijuana, 2000.....	46
2.12.	Baja California, municipio y ciudad de Tijuana: PEA por sector de actividad, 2000.....	46
2.13.	Baja California y municipio de Tijuana: PEA según ocupados por sector, 2000.....	47
3.1.	Tijuana: atractivos turísticos	52
3.2.	Tijuana: capacidad hotelera por categoría, 2000.....	55
3.3.	Zonas turísticas en Tijuana, Baja California.....	59
3.4.	Atractivos turísticos de la zonas norte y centro de Tijuana, Baja California.....	62
3.5.	Atractivos turísticos en la zona Río y Boulevard Agua Caliente de Tijuana, Baja California.....	65

3.6.	Tijuana: uso de suelo en la Delegación centro, 2002.....	68
3.7.	Tijuana: concentración de vendedores ambulantes en la zona centro, 2002.....	70
3.8.	Tijuana: valores del suelo, 2002.....	72
3.9.	Tijuana: cuartos ocupados según tipo de turista, 2000.....	77
4.1.	Tijuana: vías de comunicación terrestre.....	83
4.2.	Tijuana: cruces fronterizos por garita, 2002.....	84
4.3.	Ciudad de Tijuana: origen y procedencia de los vuelos aéreos directos y regulares, 2002.....	88
4.4.	Tijuana: imagen urbana.....	91
4.5.	Tijuana: turistas atendidos en los centros de información, 2001.....	94
4.6.	Tijuana: gasto promedio de los turistas extranjeros.....	94
4.7.	Tijuana: procedencia de los turistas encuestados, 2002.....	96
4.8.	Tijuana: gasto total en dólares de los encuestados, 2002.....	97
4.9.	Tijuana: tiempo de permanencia de los encuestados, 2002.....	97
4.10.	Tijuana: ocupación de los encuestados, 2002.....	99
4.11.	Tijuana: motivo principal de la visita de los encuestados, 2002.....	99
4.12.	Tijuana: zonas de la ciudad que visitaron los encuestados, 2002.....	101
4.13.	Tijuana: ciudades que visitaron los encuestados, 2002.....	101
4.14.	Tijuana: productos que consumieron los encuestados, 2002.....	102
4.15.	Tijuana: tipo de hospedaje que utilizaron los encuestados, 2002.....	102
4.16.	Tijuana: frecuencia de las visitas de los encuestados, 2002.....	104
4.17.	Tijuana: opinión de los encuestados, 2002.....	104

ÍNDICE DE CUADROS

3.1. Tijuana: recintos habilitados para eventos especiales.....	55
3.2. Tijuana: hoteles habilitados para eventos masivos.....	57
4.1. Origen de los insumos, según empresas hoteleras de Tijuana.....	107

INTRODUCCIÓN

La presente tesis forma parte del proyecto de investigación "Geografía del Turismo en México", realizado en el Instituto de Geografía de la UNAM y cuyo objetivo principal es examinar la actividad turística desde una perspectiva territorial.

El trabajo se basa en el modelo teórico-metodológico del turismo reticular, planteado por Daniel Hiernaux (1989), que emana del concepto de organización territorial. Este modelo plantea analizar, en un contexto espacio-temporal, los siguientes aspectos:

- A. Los núcleos turísticos, máxima concentración de la actividad económica en un espacio determinado.

- B. Los canales de articulación que son los soportes materiales de los núcleos o flujos y
- C. Los flujos turísticos que son la parte más dinámica de la actividad turística.

La organización de la actividad turística de la frontera norte de México ha dependido, casi en su totalidad, de situaciones propias de Estados Unidos, que se evidencian en la propia dinámica regional, con efectos significativos en la transformación de la zona; no obstante, se considera que faltan interpretaciones territoriales que den una imagen más completa de este fenómeno económico.

Con tales consideraciones, se propuso como hipótesis central de este trabajo que la actual organización del turismo en Tijuana es el resultado del desarrollo socio-político-económico de Estados Unidos, manifiesto en la composición y características de los grupos de turistas que llegan a Tijuana. En este sentido, se planteó como objetivo general de la presente investigación, analizar la organización territorial de la actividad turística de Tijuana, Baja California.

Para la realización del presente trabajo, se realizó una intensa investigación documental, alternada con trabajo de campo. La primera consistió en la revisión bibliográfica, hemerográfica, estadística y cartográfica en instituciones relacionadas con el turismo, en lo general, y, con Tijuana, en lo particular.

El trabajo de campo se efectuó en mayo de 2003 en la ciudad de Tijuana; consistió en entrevistas con personas relacionadas con la actividad turística local (Secretaría de Turismo, Comité de Turismo y Convenciones, Instituto Municipal de Planeación, y el Colegio de la Frontera Norte), consultas bibliográficas (en la Universidad Autónoma de Baja California y en el Colegio de la Frontera Norte) y en el levantamiento del uso de suelo local.

La tesis se conforma de cuatro capítulos. En el primero, se aborda el marco teórico e histórico del turismo y, con base en ello, se plantea la dinámica de la actividad turística en la frontera de México con Estados Unidos; aquí se evidencia que es necesaria una conceptualización que de cuenta del significado y alcances del turismo en esta zona fronteriza.

En el segundo, apartado se delimita la zona de estudio y se presenta el contexto geográfico de Tijuana, que es el sustento físico y social de la actividad turística local.

En el tercero, se revela la estructura territorial de la ciudad de Tijuana como núcleo turístico, constituido por zonas turísticas diferenciadas por el giro de comercios y servicios utilizados por el turismo y por el tipo de turistas que llegan a cada una de las zonas.

En el cuarto, se estudian los canales de transporte y comunicaciones asociados con la actividad turística, a través de los que se efectúan los flujos que vinculan a Tijuana con otros espacios.

Por último, en las conclusiones se reconoce, entre otros aspectos, que la actual organización del turismo en Tijuana es consecuencia de las relaciones económicas, políticas y sociales establecidas con Estados Unidos, en donde los flujos de turistas son un factor de primer orden en la transformación de su proceso de urbanización y en la conformación de las áreas turísticas.

CAPÍTULO 1. ASPECTOS TEÓRICOS E HISTÓRICOS ASOCIADOS CON LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO EN LA FRONTERA NORTE DE MÉXICO

En este capítulo se refieren los principales conceptos ligados con el turismo, con énfasis en los vínculos de esta actividad con el territorio, sobre todo con el fronterizo México-Estados Unidos. Enseguida, se plantean los acontecimientos históricos más destacados que han influido en la conformación de la actividad turística de México, de su frontera norte y de la ciudad de Tijuana.

1.1. Marco teórico-conceptual del turismo

El estudio de la organización de diferentes conjuntos territoriales es un tema central de la Geografía. Para el estudio de ello, se considera que el territorio es el resultado de procesos históricos y de estructuras espaciales con obvias interacciones entre sí (Kostrowicky, 1986). Así, en el presente trabajo, la actividad

turística es interpretada con base en el concepto de organización territorial que según Kostrowicky (Ibíd.):

“[...]está dada por las estructuras y procesos territoriales; las estructuras son elementos físicos que hacen posible la realización de la actividad económica, distribuyen y modelan la densidad de las actividades en el espacio, mediante la infraestructura que permita la circulación de bienes, personas e información; los procesos territoriales tratan la dimensión histórica que repercute en la estructura y funcionamiento de la sociedad”.

Las actividades económicas ejercen una fuerte influencia sobre la organización del territorio, con aspectos visibles que afectan el medio físico y a la población, toda vez que se establecen relaciones de dominación y dependencia (Méndez, 1997). Como pocas actividades humanas, las turísticas, al depender directamente de espacios concretos para su funcionamiento, mantienen una relación mucho más estrecha con el territorio en el que se insertan (Hiernaux, 1989:54).

Ocio, recreo y turismo

Boniface & Cooper (1987)(citado por Callizo 1991) definen el ocio como una medida de tiempo sobrante después del trabajo, el sueño y los quehaceres personales y domésticos. El ocio ha existido desde los orígenes de la humanidad y, en la época moderna, involucra sectores cada vez más amplios de la población

(Vera et. al., 1997). El ocio, también llamado el tiempo libre, ocupa una parte cada vez más importante en la vida de las personas y sirve como una alternativa de descanso y recuperación de energías. De esta manera, las posibilidades de aprovechar adecuadamente el tiempo individual, buscan garantizar la reproducción de la fuerza de trabajo, una vez que el límite natural -el de la fatiga- ha sido alcanzado (Hiernaux, Op. cit.).

El ocio es el periodo de tiempo no sujeto a necesidades ni obligaciones derivadas del trabajo. Teóricamente, el individuo puede elegir libremente aquello que desee hacer, aunque los escenarios físicos en donde los puede llevar a cabo dependen de la duración y las actividades que emprenda; se pueden realizar en la casa, la ciudad, el campo o algún lugar fuera de la localidad o región en que se reside.

La recreación es la actividad realizada durante el tiempo de ocio y su función consiste en reparar la fuerza y vitalidad de una persona; se le impone como deber moral al individuo, tanto por su salud personal, como para el desarrollo armónico de la sociedad; se presenta como un complemento al trabajo. Se reconocen al descanso y al recreo como funciones no menos básicas que el trabajo, la vivienda y la educación (Callizo, 1991).

La dimensión espacial de las actividades realizadas durante el tiempo libre depende, en gran medida, de su propia duración. Así, la idea principal del recreo

es que la persona salga del circuito económico enajenante del sistema en que trabaja, a través de la búsqueda de lugares que no estén sometidos a intensos circuitos mercantiles, en donde el viajero decida sus propias actividades y qué consumir (López, 2001).

El turismo es sólo una de las varias actividades recreativas pero, sobre todo, se ha convertido en una práctica social colectiva generadora de actividades económicas con diversas necesidades estandarizadas, las cuales, en realidad, sí forman parte de un circuito mercantil. Así, el turismo se aleja de los planteamientos originales de la recreación y, consecuentemente, se puede decir que éstas -turismo y recreación- se han convertido en actividades distintas. La concepción económica del turismo permite que se le califique como una actividad comercial y de servicios (Vera, 1997; Lozato, 1990).

Antes de presentar el concepto de turismo, es necesario definir, ¿qué es un **turista**? Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), todas las personas que se desplazan fuera del sitio en el que viven, son **viajeros**; a su vez, éstos se dividen en los que fueron registrados estadísticamente y cuyo nombre es **visitante** y los que no. Del primer grupo se tiene la subdivisión siguiente: A. Los que pasan al menos una noche en el lugar visitado, que reciben el nombre de **turistas** y B. Los que pasan menos de 24 horas se les denomina **visitantes del día** o **excursionistas** (Fernández, 1985).

De acuerdo con la OMT, el turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo derivadas de los desplazamientos de, al menos, una noche en que la persona permanezca fuera de su domicilio habitual y cuya motivación sea: el recreo, los negocios, la salud o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa. La obligatoriedad de que el turista pase al menos 24 horas fuera del lugar de residencia habitual, supone la existencia de equipamiento, infraestructura, comercios, servicios, etcétera (Callizo, Op. cit.). Consecuentemente, el turismo es considerado como un factor de transformación del paisaje físico y cultural:

“Territorialmente el turismo genera migraciones temporales de visitantes; definitivas de trabajadores; cambia la localización de capitales en el territorio; modifica patrones de localización y demanda de vivienda y servicios urbanos; afecta la renta del suelo y, genera un cierto patrón de ordenamiento del territorio tanto en sus dimensiones ‘macro’ (internacional, nacional, regional) como en las ‘micro’ (local-urbano)” (Hiernaux, Op. cit.:12).

El turismo es espacio-movimiento, por lo tanto, su práctica implica un desplazamiento en el territorio; así, ésta es una de las acciones humanas con fuertes connotaciones espaciales, si se la compara con otras actividades sociales o económicas (Vera, Op. cit.). De esto se deriva la idea de que el “[...]espacio no es

tan sólo contemplado, es ordenado (remodelado, reestructurado) e incluso consumido" (Lozato, Op. cit.).

Algunas muestras de las estrechas relaciones de interdependencia y articulación entre territorio, medio ambiente y turismo son: la disposición de los recursos turísticos en el territorio, la transformación espacial inducida por los equipamientos de ocio y los impactos positivos y negativos en el ambiente y la cultura; lo que provoca que el territorio se entienda como imagen y producto de destino, para satisfacer la demanda turística (Vera, Op. cit.).

El estudio espacial de las actividades turísticas ha pasado, progresivamente, de un tratamiento descriptivo a otro explicativo, en donde, según Callizo (Op. cit.), el crecimiento y el desarrollo de las actividades turísticas, es lo que justifica una Geografía del Turismo, cuyo objeto debe afrontar una doble tarea: el análisis de las causas geográficas del turismo y la explicación de los efectos provocados por el mismo. Así:

"La geografía del turismo aparece entonces como el estudio de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas, del espacio contemplado al espacio consumido, sin descuidar por ello los demás factores que interviene en el espacio turístico" (Lozato, Op. cit: 13).

Desde el punto de vista de la Geografía, los tres eslabones fundamentales de la territorialización turística son: las características funcionales del espacio emisor; las formas, distancias y medios del flujo o viaje turístico y la morfología del espacio de destino turístico; todos éstos configuran una secuencia todavía indiscutible en el conocimiento de la realidad geográfica del turismo (Vera, Op. cit.).

En este sentido, la Geografía Turística se divide, en principio, en dos grandes estructuras: el espacio emisor (de donde salen los turistas) y el espacio receptor (destino turístico). La movilidad generada entre el lugar de residencia habitual de los turistas y el destino que satisface las demandas, es el viaje o flujo turístico. El análisis de la dimensión espacial del turismo, a escala regional, se centra en: la distribución de las áreas turísticas, la consideración de las potencialidades, los impactos, las relaciones funcionales y las aplicaciones del modelo territorial (Ibíd.).

Las regularidades que rigen la presencia del turismo en el territorio descansan sobre principios de racionalidad económica y, en ese sentido, para López (Op. cit.), una forma de interpretar estos aspectos se puede dar a través del concepto de la organización del espacio o del territorio.

Hasta hace cuarenta años, la organización territorial se basaba en la existencia del llamado espacio continuo, que surge de las relaciones espaciales precapitalistas, marcadas por la fricción de la distancia, la parcialización del espacio político-

económico y de las estructuras culturales que imponen relaciones privilegiadas con los vecinos inmediatos (Hiernaux, 1989a). Sin embargo, en el contexto del capitalismo actual ocurre que, en actividades altamente integradas como el turismo, se ha rebasado el espacio tradicional, pues se han reducido los efectos de la distancia y se ha logrado aumentar los beneficios, al articular la producción, la distribución y el consumo en porciones del espacio distantes (Ibíd.).

Así, el desarrollo del presente trabajo se sustenta en el modelo del espacio turístico reticular, propuesto por Daniel Hiernaux (Op. cit.), se constituye de tres elementos:

- Los **núcleos** suponen la máxima concentración de la actividad económica en un espacio determinado. Tal actividad, en este caso el turismo, no necesariamente debe ser integrada, pueden tratarse de eslabonamientos de cadenas de producción.
- Los **canales espaciales** de articulación, son los soportes materiales de los núcleos o flujos. Se trata de infraestructura o superestructura diversa que constituye una de las facetas de la producción del espacio. Algunos soportes son socializados y están a cargo del Estado, mientras que otros son el resultado de la intervención de empresarios.

- Los **flujos** son la transmisión de energía, productos, información y personas; son la parte más dinámica de la actividad turística.

Antes de analizar estos componentes en el caso del turismo en Tijuana, se considera necesario hacer mención del contexto histórico nacional en el que se sitúa tal actividad económica.

1.2. Evolución de la actividad turística en México

Aunque históricamente el ser humano se ha desplazado por el territorio con motivos de ocio, la consolidación del turismo masivo se da después de la Segunda Guerra Mundial. El aumento de los salarios, la disminución en los costos de producción de las mercancías ordinarias y la reducción del horario laboral, redundaron en un mejor nivel de vida de la población, en el aumento de su tiempo libre y, con esto, el desarrollo de la actividad turística (Lozato, Op. cit.).

El desarrollo del transporte aéreo fue un factor de primer orden que permitió que el turismo se convirtiera en un fenómeno de masas y, consecuentemente, con creciente importancia político-económica. Otro elemento importante en el proceso funcional del turismo fue la internacionalización de las cadenas hoteleras (Jiménez, 1993; Vera, Op. cit.).

En 1926, la legislación mexicana pertinente incorporó el término turista, referido a las personas extranjeras que visitaban el país por distracción o recreo, en un período no mayor a seis meses; éstas, debían portar su tarjeta de identificación sellada por las autoridades. Dos años después, se formó la Comisión Pro Turismo que, junto con la iniciativa privada, se dedicó a fomentar y a promocionar a México como un destino turístico. La importancia que adquirió esta actividad fue determinante para que, en 1933, dentro de la Secretaría de Economía Nacional, se formara el Departamento de Turismo, cuyas funciones fueron coordinar y vigilar las actividades estatales y privadas en el fomento a este sector económico (Jiménez, Op. cit.).

Para México, los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial fueron decisivos en su política turística; en ese tiempo, Estados Unidos inició la normalización de su economía y desplazó la competitividad que había adquirido la incipiente industria mexicana; nuestro país trató de fortalecer el sector secundario a través de inversiones que serían apoyadas con dinero obtenido de divisas generadas por la actividad turística. En este sentido, Jiménez (Ibíd.) sugiere que, dada la precaria situación de la industria nacional y su necesidad de realizar crecientes volúmenes de importaciones de bienes de capital y otros insumos, el gobierno mexicano vio en el turismo una fuente de financiamiento que equilibraría la salida de divisas por concepto de importación.

Al iniciar el decenio de los cincuenta, se mantuvo la misma concepción económica del turismo, se promulgó la primera Ley Federal del Turismo y se creó la Dirección General de Turismo. Con la formación del Departamento de Turismo, en el año de 1958, el turismo adquirió de manera gradual una mayor importancia y un perfil masivo. Las primeras inversiones estatales se centraron en la creación de infraestructura aeroportuaria, otorgamiento de créditos para la construcción de hoteles, la recuperación del patrimonio histórico y su divulgación (García, 1979).

En los años sesenta inició la planeación de los grandes centros turísticos orientados a satisfacer la demanda extranjera y a competir en el mercado internacional. Así, la necesidad gubernamental de darle un cuerpo orgánico y planificado a la actividad turística, llevó, en 1962, a la redacción del primer Plan Nacional de Turismo. Con la finalidad de incentivar las inversiones extranjeras en el sector turístico, sin contravenir la norma constitucional que prohibía y prohíbe a los extranjeros adquirir propiedades en la zona costera y fronteriza, el gobierno federal creó el instrumento jurídico del fideicomiso (Cabral, 1998). En 1974, se creó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y, desde ese año a la fecha, ha asesorado y financiado varios programas turísticos, mediante el otorgamiento de créditos destinados a la construcción de infraestructura y servicios turísticos, principalmente hoteles (Jiménez, Op. cit.).

Desde el decenio de los ochenta a la fecha, a través de diversos Planes de Desarrollo, se ha impulsado el crecimiento de la planta turística en México. Además, con las recurrentes crisis económicas que vive México, el turismo es visto como el sector que impulsará el desarrollo económico regional. En los últimos años, bajo los procesos de la globalización y neoliberalismo, el turismo es el sector que mayor inversión extranjera capta por el acuerdo de sustitución de deuda externa por inversión, lo que permite mayor penetración de capital transnacional en este rubro de la economía (Ibíd.).

1.3. Evolución del turismo en la frontera norte de México y en Tijuana

La parte norte de México, poco poblada y alejada del centro del país, estuvo, durante varios decenios del siglo XX, sujeta a los vaivenes de la economía estadounidense. Así, en esta relación de dependencia, el turismo ha sido uno de los ejes principales de la dinámica económica y social de las ciudades fronterizas mexicanas del norte (Gasca, 2000).

Con la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos promovió diversas acciones, entre ellas, la construcción del puerto naval de San Diego, California, lo que supuso el arribo de cientos de personas a esta ciudad; la infraestructura de equipamiento y comunicaciones de enlace entre Los Ángeles y el resto del territorio californiano y la construcción de un puente sobre el río Tijuana para

facilitar el tránsito internacional en época de lluvias. Lo anterior se tradujo en la llegada periódica de turistas a los bares y casinos de Tijuana (Ibíd.; Ceballos, 2001).

La declaración de la Ley Seca, en California primero (1915) y luego en Texas (1918), produjo que los empresarios estadounidenses mudaran sus negocios ligados con el alcohol a las ciudades fronterizas como Tijuana y Ciudad Juárez. Derivado de ello, Tijuana recibió grandes contingentes de turistas aunque, muy pronto las autoridades estadounidenses, con el argumento de no poner en riesgo la moral y condición social de la población de San Diego, cerraron la línea fronteriza después de las seis de la tarde lo que, consecuentemente, influyó en forma negativa en muchos de los negocios instalados en Tijuana, a excepción de la hotelería, sector que experimentó un crecimiento basado en la necesidad de pernoctar del lado mexicano (Bringas, 1991; Ceballos, Op. cit.).

Desde su fundación, a finales del siglo XIX, la ciudad de Tijuana ha sido punto de interés turístico para los residentes del vecino país; el turismo, no sólo ha sido su propulsor más energético sino su razón de ser. En los primeros decenios del siglo XX, mejoró la infraestructura urbana de la ciudad y, al mismo tiempo, se establecieron el galgódromo, hipódromo y la plaza de toros; asimismo, el gobierno federal autorizó los juegos de azar, con lo que Tijuana inició su proceso como ciudad receptora de grandes flujos de turistas.

En el decenio de los veinte, la Ley Volstead o “Seca” se generalizó a todos los Estados Unidos, lo que provocó una mayor proliferación de tabernas y bares, de capital estadounidense, a lo largo de la frontera mexicana (Nogales, Agua Prieta, Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros, Tijuana, Mexicali y Ciudad Juárez). En el caso de Tijuana, en 1920, había 75 bares y, de ellos, la mayoría no empleaba personal mexicano; pero, en 1927, a los empresarios estadounidenses se les hizo efectiva una ley que les demandaba contratar trabajadores mexicanos. En esta época, no sólo se incrementó la afluencia turística, sino también la población de Tijuana que pasó, de 1000 habitantes en 1920, a 65000 habitantes en 1926. Sin embargo, la gran crisis estadounidense de 1929 afectó tal dinámica económica: los cruces fronterizos disminuyeron y esto se reflejó en el comercio y el turismo (Jiménez, Op. cit.; Gasca, Op. cit.)

La situación empeoró cuando, en 1933, el gobierno estadounidense derogó la Ley Seca y se volvió a legalizar la venta de licor en su territorio. Aunado a esto, la decisión del gobierno mexicano de cerrar, en 1935, los bares, las cantinas, las casas de apuestas y las licorerías, llevó a una disminución de afluencia turística y desempleo para la población fronteriza mexicana (Ibíd.; Ceballos, Op. cit.).

La crisis económica experimentada en las ciudades fronterizas mexicanas se redujo con la Segunda Guerra Mundial, pues con la llegada de marinos al puerto militar de San Diego y de soldados a lo largo de toda la frontera sur de Estados Unidos,

aumentó la demanda de espacios ligados a la diversión tales como cantinas, bares y prostíbulos que, evidentemente, incentivaron el flujo de visitantes a las ciudades mexicanas (Bringas, Op. cit.; Martínez, 1982). Este tipo de demandas se reflejó en la estructura urbana del centro de Tijuana, donde era frecuente encontrar bares anexos a burdeles a tiendas de artesanías orientados a la clientela estadounidense (Bringas, 1995; Ceballos, Op. cit.).

En el decenio de los cincuenta, las ciudades fronterizas adquirieron, para el gobierno federal, gran importancia en el ámbito turístico, consecuentemente, se apoyó su crecimiento a través de la construcción de carreteras que ligarían a la frontera con las ciudades del interior del país y, al mismo tiempo, se abrieron nuevas rutas aéreas como las de México-Tijuana, México-Torreón y Acapulco-Tijuana (Jiménez, Op. cit.).

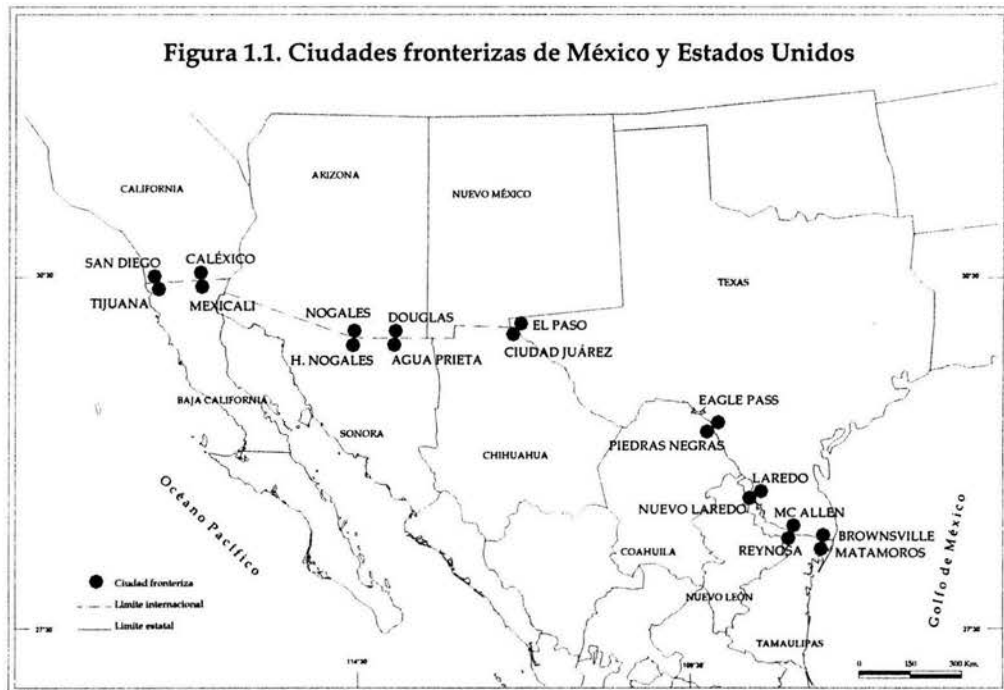
Durante la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos puso en práctica su programa de "braceros", que ofrecía contratos a los mexicanos en los campos agrícolas. Esto provocó un desplazamiento importante de personas hacia los Estados Unidos pero cuando, en 1964, culminó el programa, se produjo un incremento extraordinario de población en las ciudades fronterizas mexicanas. En este tiempo, a Tijuana llegaron miles de personas por varias vías, una de ellas fue el recién inaugurado ferrocarril Sonora-Baja California. Con el Programa Industrial Fronterizo, México intentó promover un nuevo perfil productivo y, al mismo

tiempo, absorber el exceso de mano de obra regional desempleada, a través del impulso de plantas ensambladoras o maquiladoras de origen extranjero (Ibíd.; Gasca, Op. cit.; Ceballos, Op. cit.).

En el último decenio del siglo pasado, el gobierno federal mexicano promovió intensamente la atracción de turistas extranjeros a la frontera norte y, en el caso de los mexicanos, puso en marcha el programa "Paisano", que daba facilidades a compatriotas para ingresar al país. Durante este tiempo, el Programa Nacional de Turismo, en apoyo a las ciudades fronterizas, propuso adecuar la oferta, mejorar la imagen urbana e incrementar la estancia y el gasto de los visitantes; las estrategias fueron: impulsar el turismo carretero y cinegético, agilizar los trámites aduanales, desarrollar e incrementar la planta turística, permitir la entrada de vuelos *charter* y la internación de autobuses de pasajeros y de embarcaciones estadounidenses (Jiménez, 1993; Bringas, 1995a).

En los últimos años, el turismo ha tomado un papel central en la economía de Tijuana; una muestra clara de ello es que, la localidad de Rosarito, perteneciente al municipio de Tijuana hasta 1995, se convirtió en un nuevo municipio, gracias al propio crecimiento físico de la infraestructura turística irradiada a partir de Tijuana (Propin et.al., 1997).

En la actualidad, a la frontera norte de México llegan, desde Estados Unidos, entre 60 y 70 millones de personas cada año; así, esta línea divisoria ocupa el primer lugar mundial en cruces fronterizos internacionales. Los movimientos turísticos discurren, principalmente, por las ciudades fronterizas de Tijuana, Mexicali, Nogales, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo y Matamoros principalmente (Figura 1.1). La configuración de la actividad turística de estas ciudades se basa en la proximidad geográfica con Estados Unidos y, desde luego, en la dependencia respecto al turista estadounidense (Lozato, Op. cit.).



Fuente: Elaboración propia con base en Rand McNally, 1999.

Las ciudades fronterizas, como Tijuana, disponen de una dinámica turística intensa y distinta de otros centros del país, derivada de su condición de lugar de tránsito binacional. El crecimiento de la industria maquiladora, del comercio y de los

servicios de las ciudades fronterizas mexicanas, frente al escaparate de la modernidad de la economía estadounidense, reflejan, ante el paseante extranjero, la idea estereotipada de México y su cultura. Bajo estas premisas es que se conforman los flujos de turistas y la estructura social derivada de ello (Propin, y Sánchez, 1998).

Como se verá más adelante, los atractivos que el turista extranjero busca en Tijuana, no están relacionados en forma directa con el medio natural, más bien se trata de un turismo que, atraído por el alcohol, las drogas y la prostitución, ha logrado convertir a Tijuana en la ciudad más visitada del mundo, con más de 40 millones de cruces anuales rumbo a México, la mayoría de los cuales no pernocta en sus instalaciones de hospedaje sino que permanece unas horas en territorio mexicano, en busca de diversión, en especial nocturna y de fines de semana (Ibíd.; Propin et. al., Op. cit.).

A lo anterior se suma que la ciudad de Tijuana es ofertada junto con otras dos ciudades que han mostrado un crecimiento extraordinario de la economía turística nacional; se trata del corredor costero que va desde la ciudad fronteriza de Tijuana hasta el Puerto de Ensenada, en la llamada *Costa Dorada* de Baja California. El que Tijuana esté contenida en el corredor implica que, desde el punto de vista potencial, lleguen a la zona más de 25 millones de personas procedentes, en su mayor parte, de Estados Unidos (Propin y Sánchez, Op. cit.).

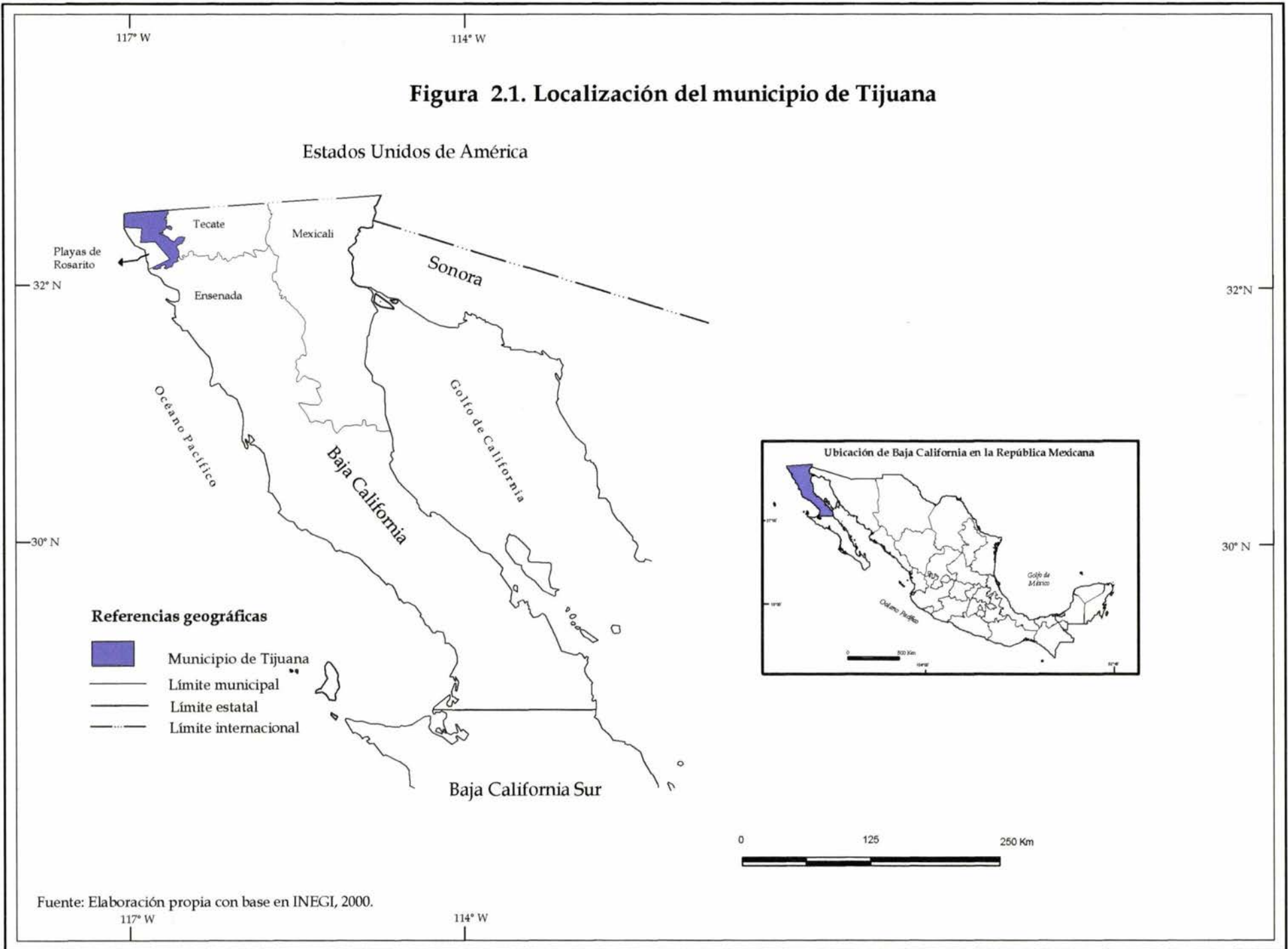
CAPÍTULO 2. CONTEXTO GEOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE TIJUANA

2.1. Ubicación de la ciudad de Tijuana

El estado de Baja California se localiza al noroeste del país, ocupa la porción norte de la península del mismo nombre y tiene una extensión de 71546 Km²; sus coordenadas extremas son: 32° 43' y 28° 00' de latitud norte, 112° 47' y 117° 07' de longitud oeste; limita al norte con Estados Unidos, al este con Sonora y el Golfo de California, al sur con Baja California Sur y al oeste con el Océano Pacífico. Baja California se conforma por cinco municipios: Mexicali, Tijuana, Tecate, Ensenada y Rosarito (Figura 2.1).

El municipio de Tijuana ocupa el noroeste del estado, limita al norte con la localidad estadounidense de San Ysidro que, a su vez, forma parte del área

Figura 2.1. Localización del municipio de Tijuana



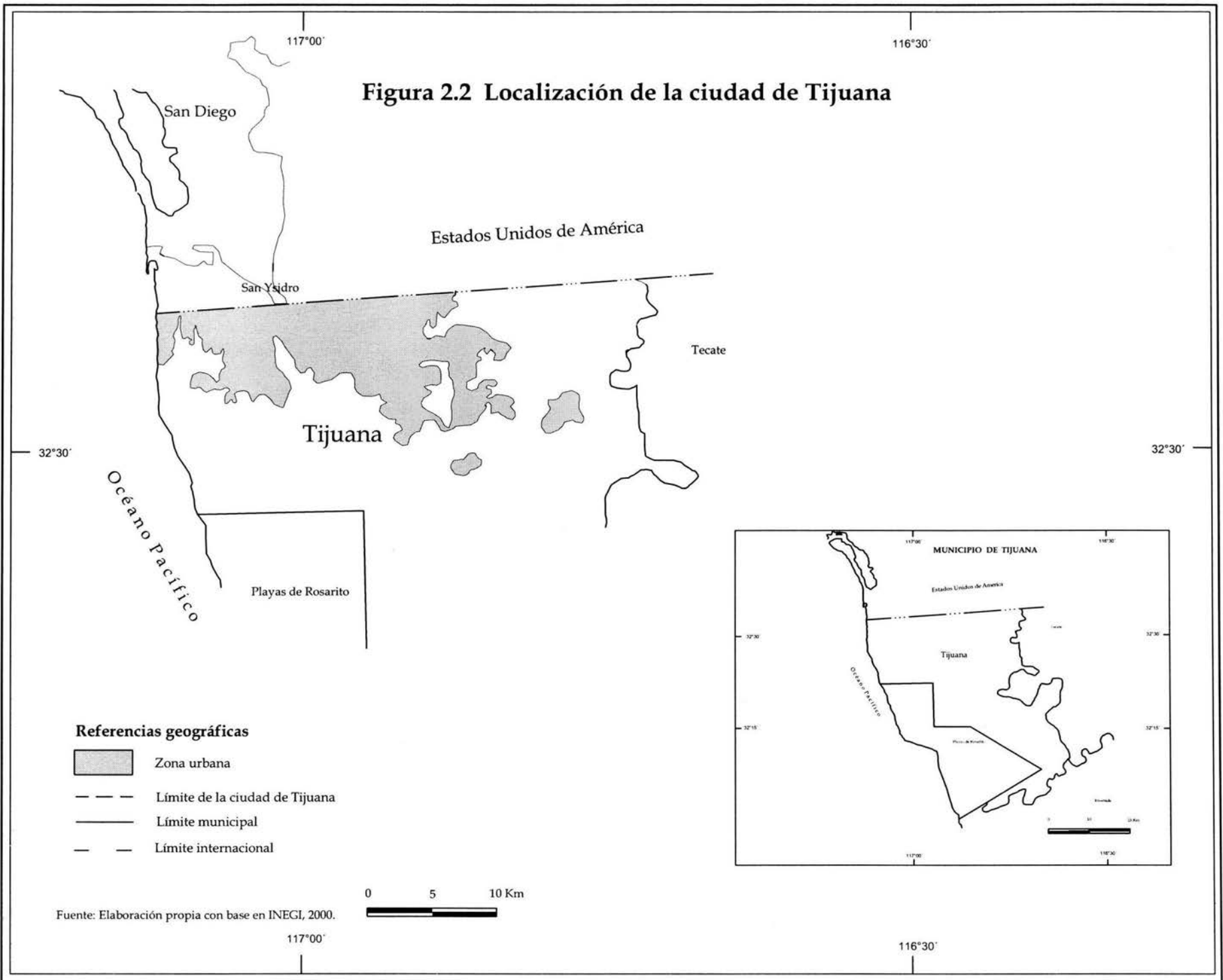
metropolitana de San Diego; al este con Tecate; al sur con Ensenada; al oeste con el municipio de Playas de Rosarito y el Océano Pacífico (Figura 2.2). Como ya esbozó, Tijuana, con más de 40 millones de cruces anuales rumbo a México, es una de las ciudades más visitadas del mundo, por lo que el turismo se ha convertido en una actividad central para su economía.

En el presente trabajo, se asume que no es posible interpretar la realidad del turismo en Tijuana, sin revisar su medio geográfico; esto se hará una vez que se aclare lo siguiente: la ciudad de Tijuana forma parte de un corredor turístico costero que se extiende hasta el puerto de Ensenada, en la llamada *Costa Dorada* de Baja California; si bien, Tijuana es indisoluble de todo el corredor del extremo noroccidental de nuestro país, para fines de esta investigación, se analizará únicamente la organización territorial del turismo dentro de la ciudad de Tijuana.

2.2. Medio físico del municipio de Tijuana

En la localización y explotación de los núcleos turísticos, los factores físico-naturales de los paisajes tienen, a menudo, un papel importante que, junto con el componente cultural, se genera un paisaje integrado (Alonso, 2002). Para el desarrollo turístico de un espacio se requiere un amplio conjunto de recursos naturales, pero sólo un grupo de ellos son, en sentido estricto, factores de atracción turística y se les denomina atractivos naturales, el resto, aunque no son factores de

Figura 2.2 Localización de la ciudad de Tijuana

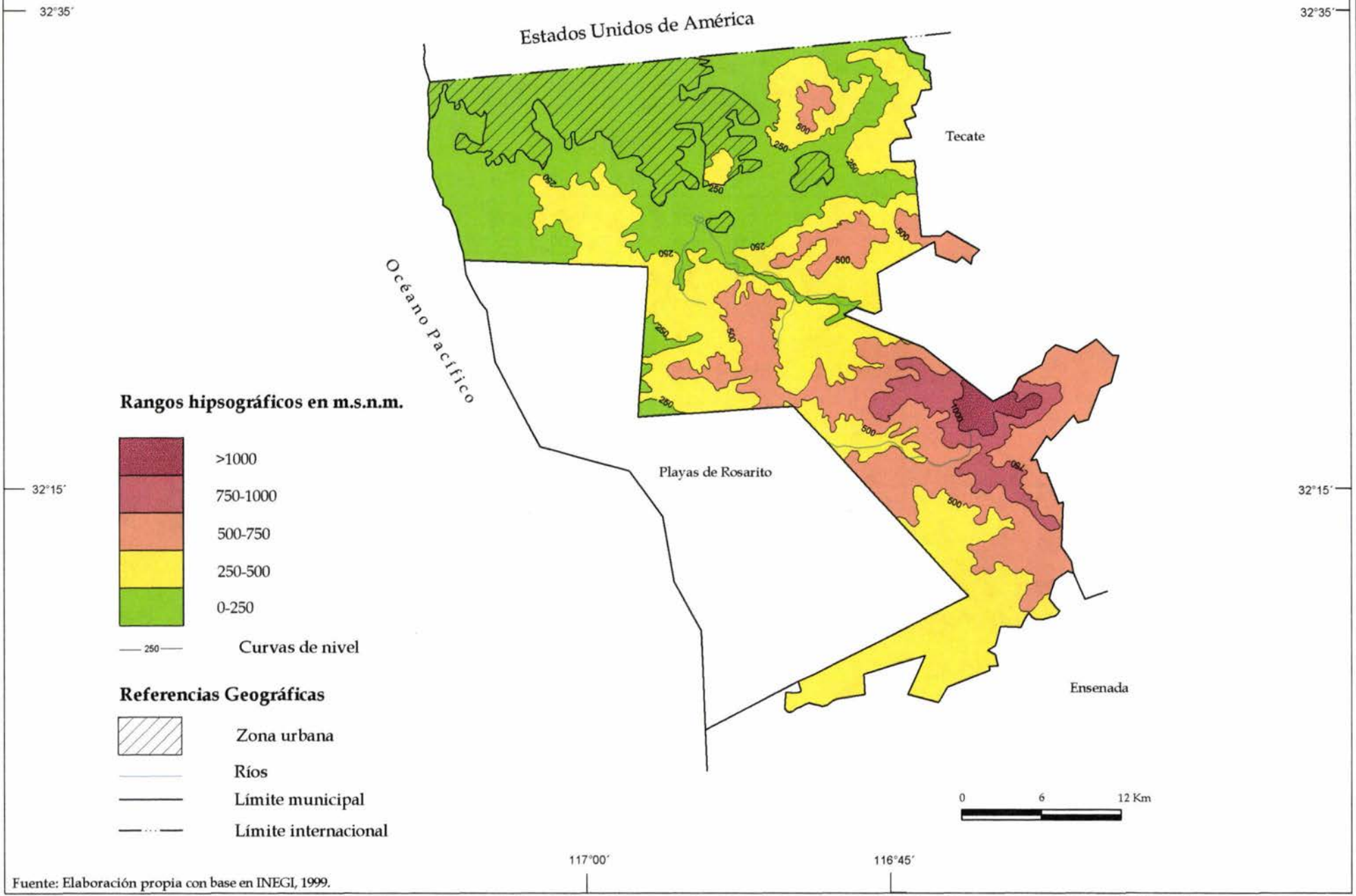


atracción, sí son el soporte de la actividad turística, sobre todo cuando el turista valora y percibe el conjunto de los componentes a través de una imagen global (Furio, 1996; Vera, Op. cit.).

La península de Baja California ofrece paisajes singulares, pues se combinan el océano, el desierto, la sierra y en su espacio hay dos provincias fisiográficas: la península de Baja California y la llanura sonoreense. El relieve peninsular se compone de cadenas montañosas orientadas en dirección noroeste-sureste y de valles y llanuras costeras del Pacífico. Dentro de la provincia Península de Baja California se localiza la subprovincia Sierras de Baja California Norte. El municipio de Tijuana pertenece a esta subprovincia: hacia el sur del mismo la altitud aumenta, en la llamada Sierra Juárez; hacia la frontera con Estados Unidos, justo donde la altitud disminuye, se asienta la ciudad de Tijuana, en una llanura que tiene una altitud promedio de 20 m.s.n.m. (Figura 2.3).

En el municipio de Tijuana predominan las rocas ígneas, la sierra que atraviesa el municipio está constituida, en su mayoría, por las rocas de un gran cuerpo ígneo intrusivo batolítico, que va de la frontera con Estados Unidos hasta Ensenada; las rocas ígneas extrusivas, se originaron por derrames lávicos y depósitos piroclásticos del mesozoico y cenozoico (INEGI, 2001). La ciudad de Tijuana se sitúa sobre rocas sedimentarias del cenozoico, compuestas, en su mayoría, por

Figura 2.3. Tijuana: relieve e hidrografía



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 1999.

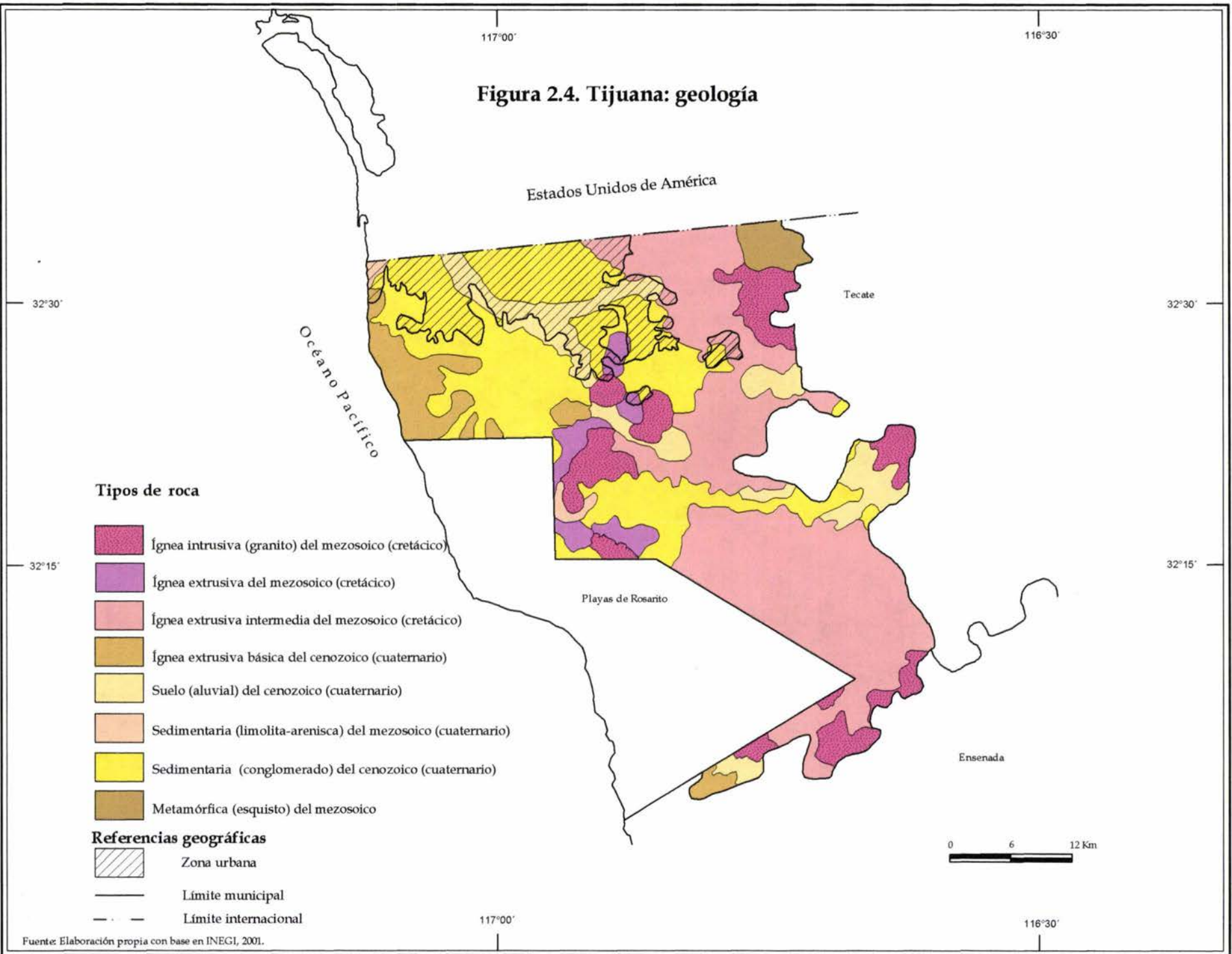
conglomerados y areniscas que han generado una morfología de terrazas y lomeríos, sobre los que se han formado extensos abanicos aluviales (Figura 2.4).

En relación con el clima, el estado de Baja California tiene diferentes tipos; el que predomina es el muy seco (BW), que abarca el noreste, centro y sur de la entidad; los secos comprenden la porción noroeste principalmente; los semifríos (C (E)), se localizan en las partes más altas de las sierras del norte y, alrededor de éstos, se encuentran los templados (Cs).

Tijuana pertenece a la franja subtropical de México que, asociada con el océano y sus corrientes marinas frías, permite la presencia de temperaturas menos extremas que en otras ciudades mexicanas ubicadas en la frontera con Estados Unidos. Durante el período cálido del año, que va de mayo a septiembre, las temperaturas máximas se encuentran por encima de los 20°C, aunque no exceden los 25°C; durante el invierno, las temperaturas no descienden a menos de 10°C y la oscilación térmica no es extrema: apenas sobrepasa los 10°C. En consecuencia, la temperatura promedio anual en Tijuana es de 18°C.

El clima de Tijuana es seco mediterráneo templado (Bsk) (INEGI, 2000). Su régimen de lluvias obedece a la interacción de los factores de latitud, relieve, altitud y corrientes marinas. La franja subtropical de alta presión, donde se ubica el

Figura 2.4. Tijuana: geología



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2001.

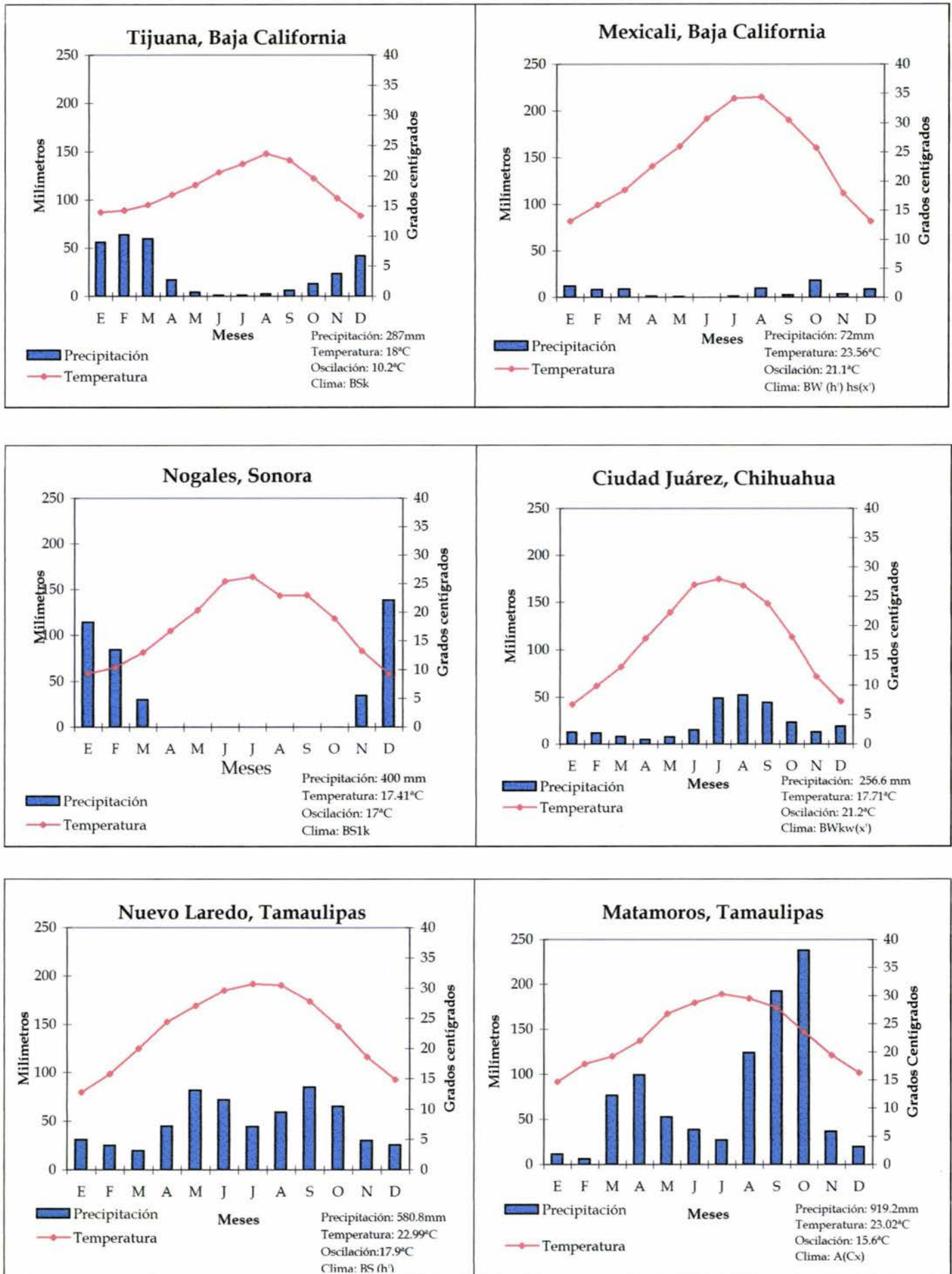
municipio de Tijuana, en el verano se recorre hacia el norte; cuando esto ocurre la ciudad queda bajo la influencia de los vientos alisios provenientes de una zona continental, de modo que llegan a la ciudad con escasa humedad. Sin embargo, en el invierno la franja subtropical se desplaza hacia el sur y los vientos del oeste, ya cargados con la humedad recogida en el Océano Pacífico, producen precipitaciones que, en el promedio anual, son de 287 milímetros; de diciembre a marzo se registra la mayor cantidad de lluvia del año y de mayo a septiembre hay sequía casi absoluta.

Varias ciudades fronterizas del norte de México registran, a lo largo del año, bajas precipitaciones y temperaturas extremas con oscilaciones de hasta 21°C, como los casos de Ciudad Juárez y Mexicali. En cambio, Tijuana, de acuerdo con el modelo de Boniface y Cooper (citado por Callizo, 1991), que considera los ambientes bioclimáticos idóneos para el ejercicio recreativo en temperaturas que oscilan entre los 16° C y los 22° C, tiene el mejor nivel de bienestar (Figura 2.5).

El origen geológico y la variedad de ambientes que posee Baja California han redundado en la variedad de suelos (Figura 2.6):

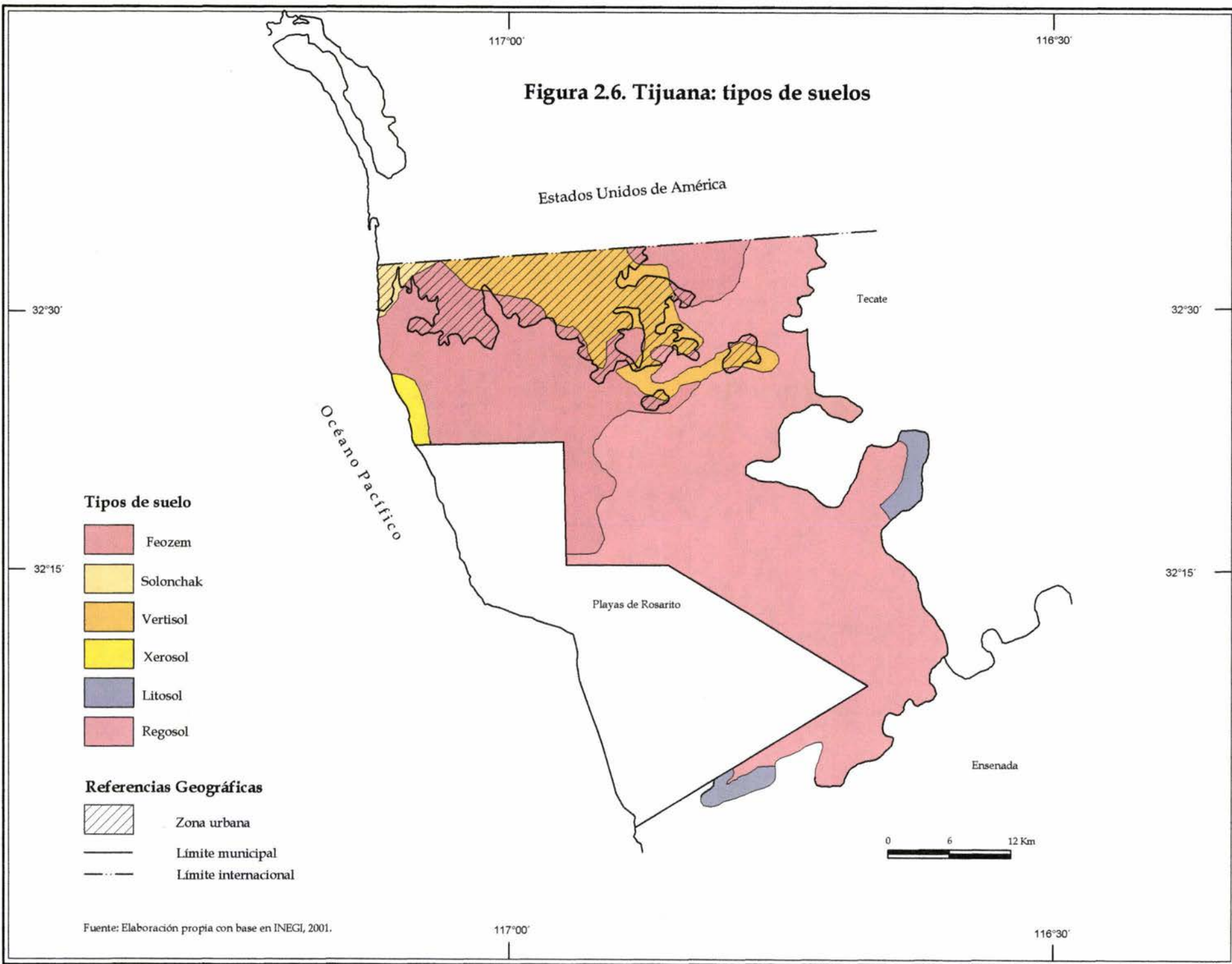
A. El más abundante en el municipio de Tijuana es el regosol que, diseminado en la porción sur y este, se origina de las rocas sedimentarias como las areniscas y

Figura 2.5. Climogramas de ciudades fronterizas del norte de México



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, varios años y García, 1988.

Figura 2.6. Tijuana: tipos de suelos



el conglomerado circundante; este suelo sustenta una amplia diversidad de vegetación natural y cultivada.

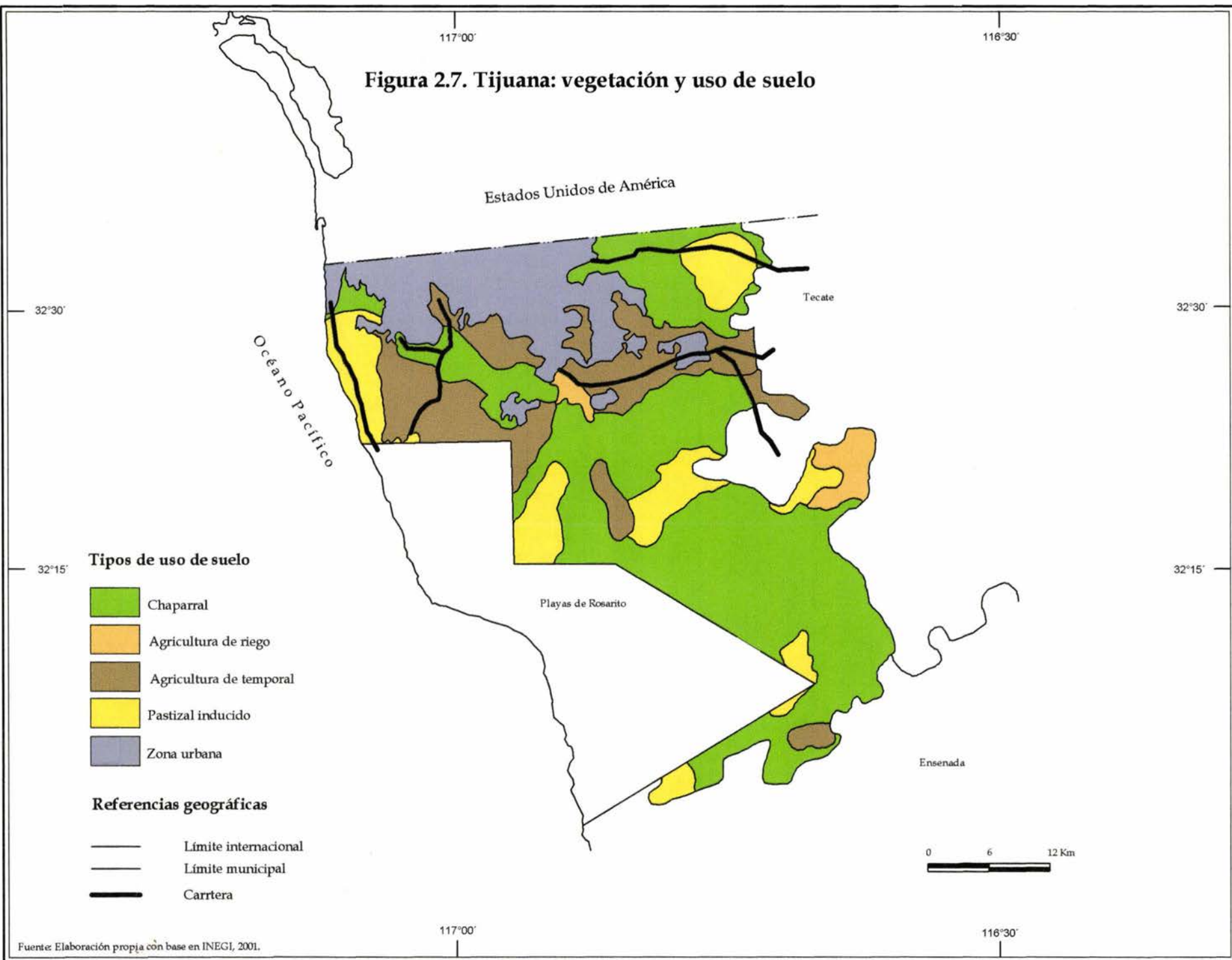
- B. El suelo feozem se extiende desde el norte de Ensenada hasta la frontera internacional, sobre lomeríos y valles con pendientes suaves; tienen capas superficiales pardo oscuras, profundas y ricas en materia orgánica, sustentan la agricultura de temporal que se practica en el municipio y vegetación de tipo chaparral.
- C. Los vertisoles, constituidos de materiales finos y arcillosos, han sido casi totalmente cubiertos por la mancha urbana.
- D. Los solonchak, de alta concentración salina, se localizan en el extremo noroeste del municipio y, por emplazarse en la zona costera, es arenoso.
- E. Los xerosoles y litosoles tienen una distribución muy reducida en el municipio.

En relación con la vegetación del municipio de Tijuana, han sido el clima, el sustrato geológico y el suelo, los factores que han determinado la presencia de asociaciones vegetales:

- A. El chaparral está integrado por numerosos arbustos de aproximadamente 0.6 a 4 metros, como la guata, el encino y la manzanita; los chaparrales de Tijuana han estado sometidos al desmonte provocado por la ganadería extensiva de bovinos; a lo anterior se suma el hecho de que, en los últimos años, se ha incrementado su explotación, deforestación y erosión, causados por el crecimiento de la zona urbana y la explotación forestal para leña.
- B. También existen manchones dispersos de pastizal inducido. Se trata de sitios donde la vegetación natural de chaparral ha sido eliminada intencionalmente para favorecer el crecimiento de gramíneas que proporcionan alimento para el ganado bovino.

Las condiciones climáticas imperantes en el municipio de Tijuana han impedido el desarrollo agrícola local, que se manifiesta en la siguiente forma: por una parte, la agricultura de riego se practica en espacios pequeños que se abastecen del agua extraída del subsuelo y, por la otra, la agricultura de temporal ocupa terrenos cercanos a la ciudad de Tijuana y al Océano Pacífico; se trata de tierras con escasa inversión, en donde los rendimientos y las cosechas varían de acuerdo con las particularidades pluviales de cada año (Figura 2.7).

Figura 2.7. Tijuana: vegetación y uso de suelo



2.3. Aspectos geográficos de la población

Una parte importante de los habitantes de la frontera mexicana se concentra en las ciudades de Tijuana y Ciudad Juárez, que destacan por su importancia económica y por tener más de un millón de habitantes cada una; por haber consolidado para sí un *hinterland* amplio, basado en la presencia de un sector industrial poderoso y otro terciario especializado; por tener un papel económico regional de primer jerarquía en la estructura urbana del país, toda vez que su actividad turística local ha adquirido una relevancia similar a la industria y el comercio (Sánchez y Pérez, G, 1999).

La población del municipio de Tijuana representa casi la mitad del total estatal, seguida por Mexicali con el 30.7% del total de Baja California (Figura 2.8). Si bien la densidad de la población en el estado es de 35 hab/ Km², destaca el hecho de que en el municipio de Tijuana se alcanza la cifra récord de 1094 hab/ Km²; lo anterior evidencia una distribución desigual de la población. Una explicación a este fenómeno, es que, a la ciudad de Tijuana en los últimos cien años, ha llegado una gran cantidad de migrantes que, interesados o no en “pasar al otro lado”, se han quedado en Tijuana. Consecuentemente, más del 50% de la población municipal y local de Tijuana, no nació en Baja California; los mayores emisores de migrantes a Tijuana son los estados de Sinaloa y Jalisco (Figuras 2.9 y 2.10).

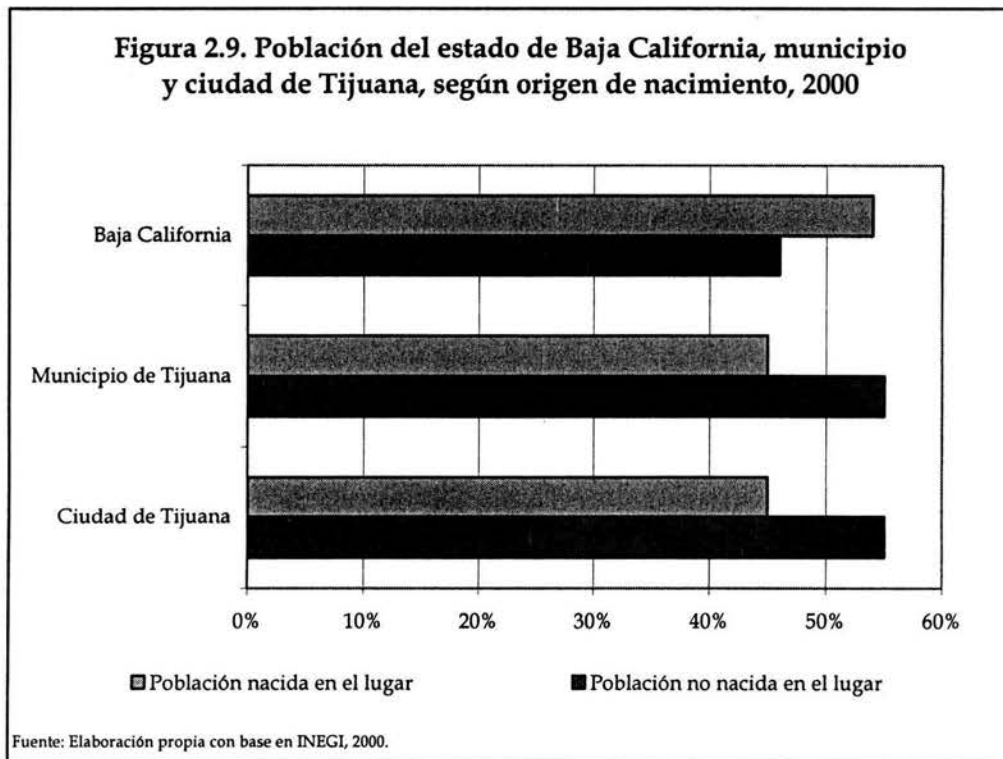
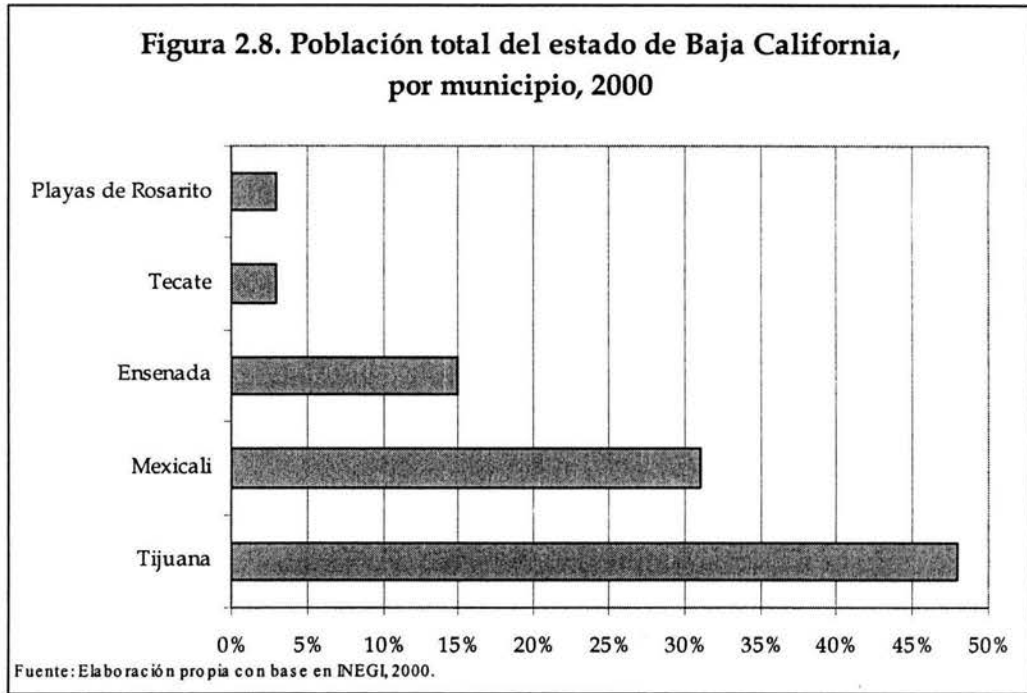
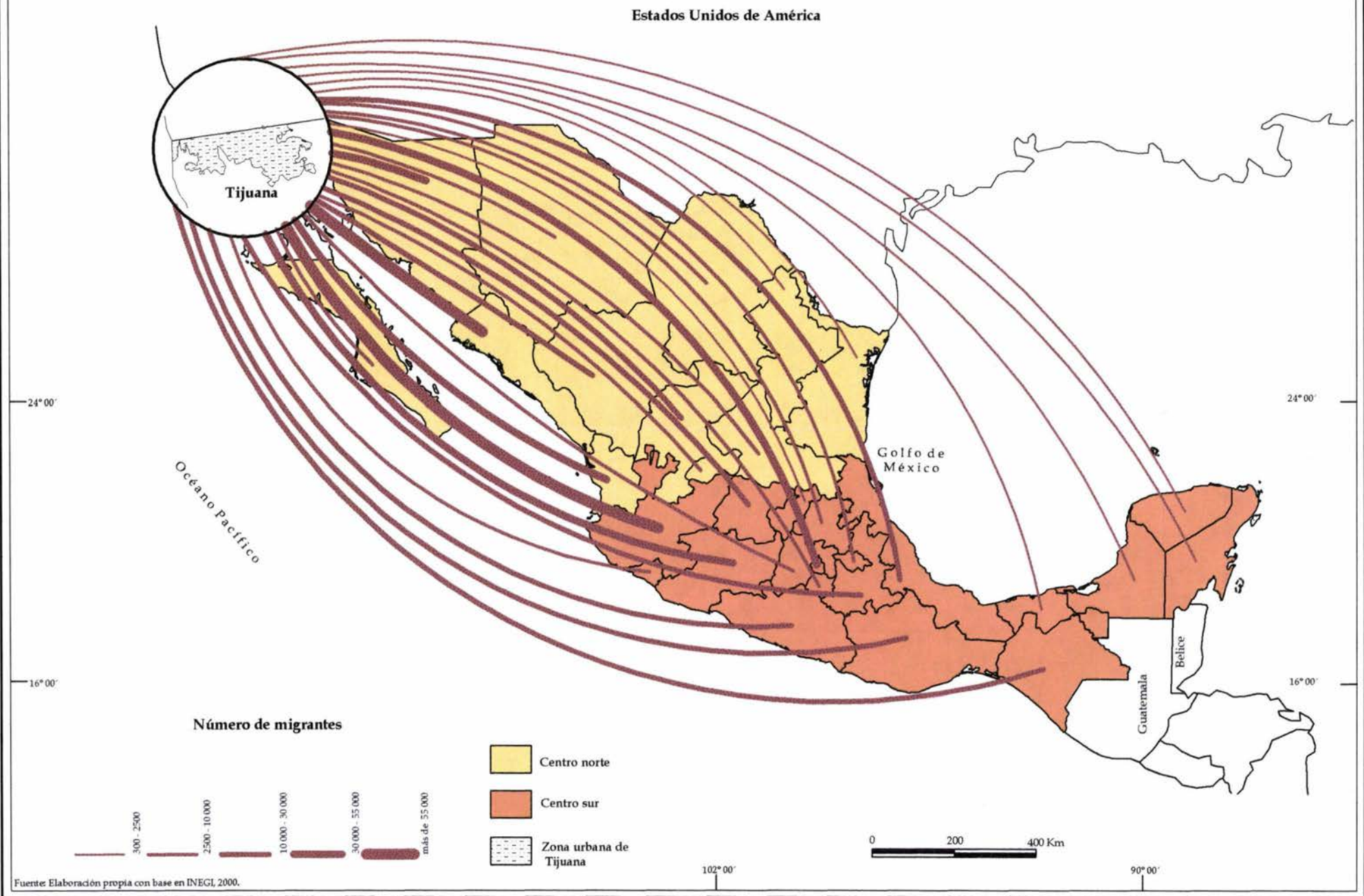


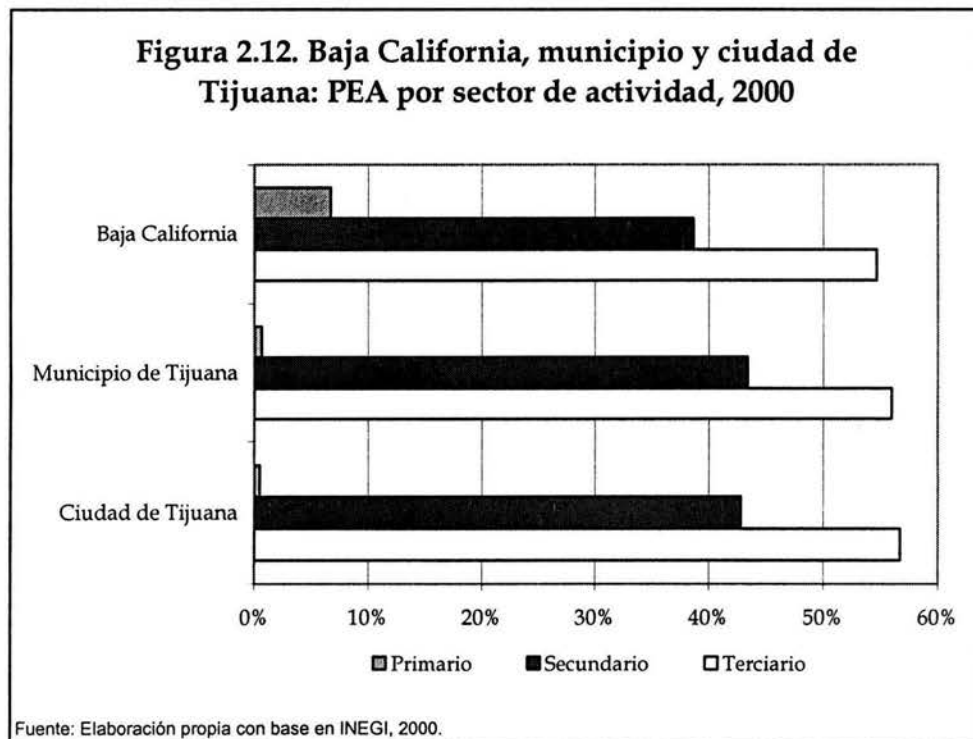
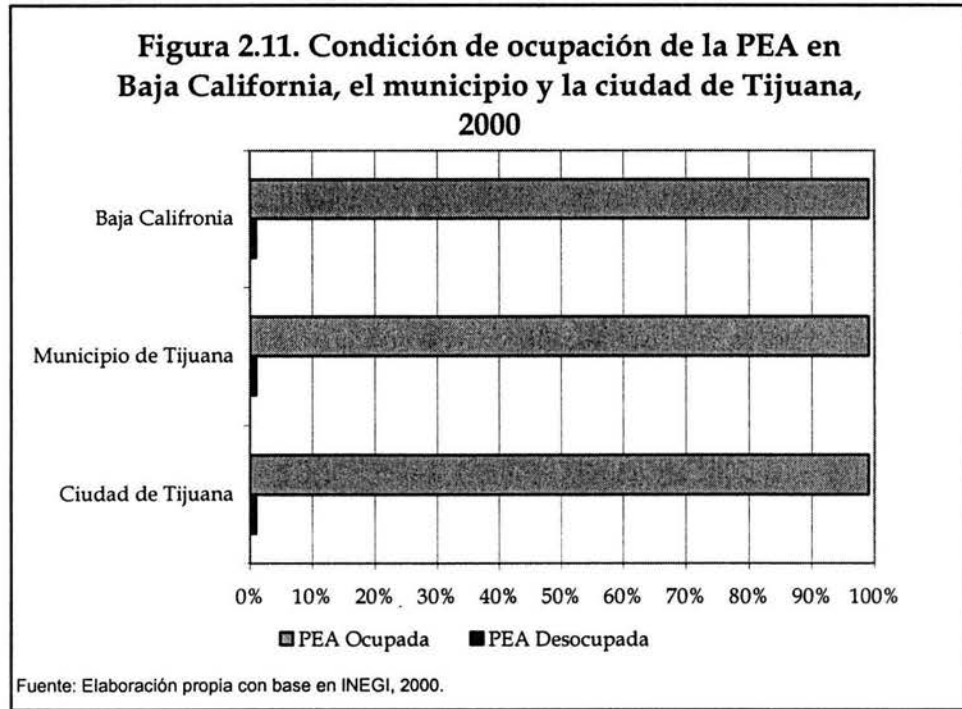
Figura 2.10. Migrantes a la ciudad de Tijuana, 2000



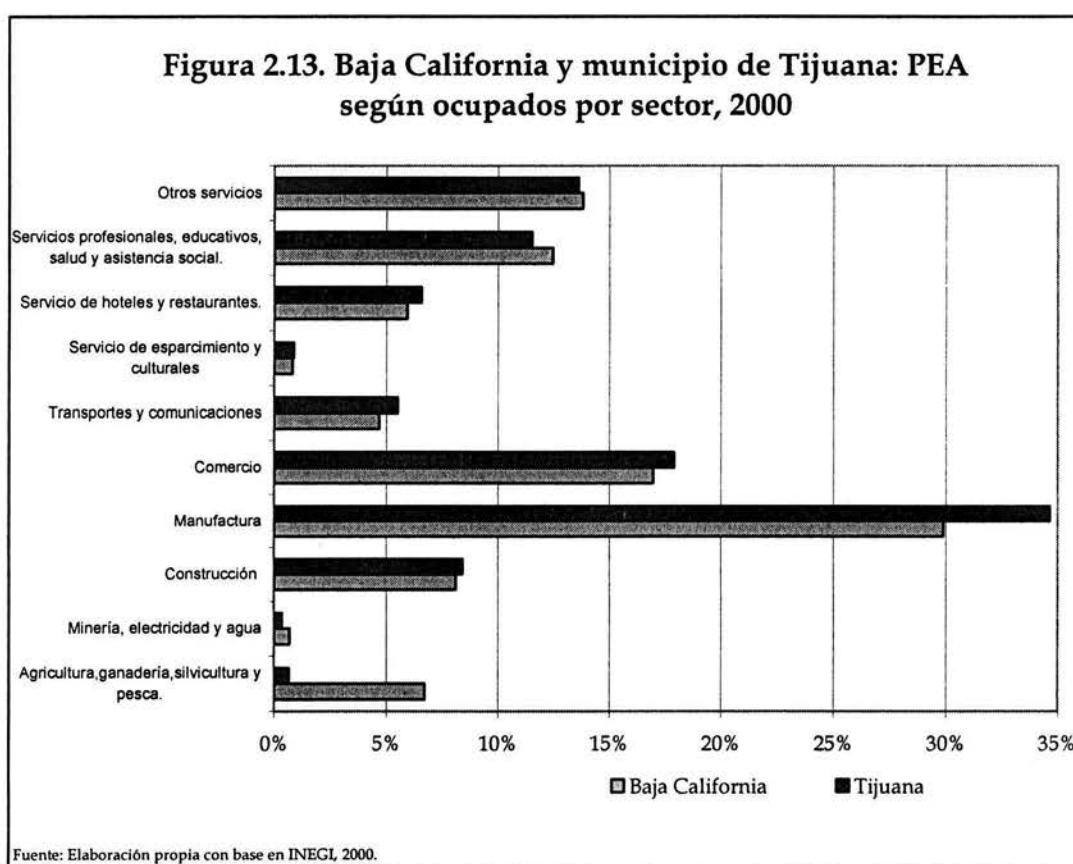
Como ya se indicó, Tijuana es una ciudad con un acelerado crecimiento demográfico que, motivado por las oleadas de inmigrantes ahí establecidos, ha generado altas tasas de crecimiento en diferentes períodos: entre 1930 y 1940 fue de 7.1%, de 1940 a 1950, fue del 13.4%; a partir de 1950, la tasa se ha mantenido por encima del promedio nacional debido a la rápida expansión urbana sobre terrenos no aptos. El crecimiento de la maquiladora, desde mediados de los años setenta, ha provocado que la ciudad se expanda sobre las áreas agrícolas orientales, en la zona conocida como La Mesa; así, se inició una expansión longitudinal a lo largo de la carretera Tijuana-Mexicali (Ibíd.; Bassols, 1999).

La distribución de la Población Económicamente Activa (PEA), según su condición de ocupación en el año 2000, mantuvo una situación similar en el estado de Baja California, el municipio y la ciudad de Tijuana, pues se observó que menos del 1% de la PEA estuvo desocupada, debido al bajo índice de desempleo local (Figura 2.11).

Al tratar la distribución de la PEA, por sectores económicos, se evidencia una especialización hacia las actividades terciarias las que representaron, en 2000, más del 54% de la PEA total estatal, municipal y local; sin embargo, se debe considerar que, para el contexto nacional, es muy alto el porcentaje de PEA ocupada en el sector secundario (Figura 2.12).



El amplio sector secundario de Tijuana se sustenta en la industria maquiladora de exportación (IME). Ésta ha atraído importantes inversiones procedentes de Estados Unidos y, recientemente, de Corea del Sur, Taiwán y Japón. Tijuana, al mismo tiempo que ha mantenido un alto porcentaje en la ocupación de la población, que en 2000 representó casi el 35% (Figura 2.13; Sánchez y Pérez, Op. cit.).



Por su parte, la actividad terciaria se ha incrementado a causa de la creciente demanda de servicios de apoyo a la industria y al turismo; estos sectores han adquirido importancia gracias a la funcionalidad comercial y de servicios que

Tijuana tiene por su condición fronteriza que la liga estrechamente con la economía estadounidense; lo anterior se refleja en que el 17% de la población se ocupa en el comercio y el 8% en servicios de hoteles, restaurantes, esparcimiento y culturales actividades propias del turismo (Figura 2.13).

CAPÍTULO 3. TURISMO Y ESTRUCTURA TERRITORIAL EN LA CIUDAD DE TIJUANA

En las ciudades fronterizas mexicanas, la vecindad con Estados Unidos es un factor que, sumado a las tendencias globalizadoras de la economía, a las mejoras tecnológicas y a la eficiencia en medios de comunicación, provocan que los problemas locales sean observados como internacionales (Bringas, 1995a). Así, Tijuana ha seguido un patrón de desarrollo comercial y turístico basado en las relaciones político-económico-sociales con Estados Unidos; esta situación se ha reflejado en su actual estructura urbana, que es el motivo de discusión de este capítulo.

En los últimos años, en Tijuana se han presentado fenómenos que cambian la relación entre el territorio y el flujo de personas, entre ellos: el aumento de la población hispana en las ciudades del sur de California, especialmente la de origen

mexicano; la expansión en la presencia de segundas residencias turísticas, no sólo en el municipio de Tijuana, sino al interior del territorio nacional. Así, tanto la composición y las preferencias de los grupos de turistas, han repercutido en la modificación de la organización territorial local (Ibíd.). Sin embargo, antes de analizar la organización territorial del turismo en Tijuana, se considera imprescindible identificar los recursos del medio geográfico, vistos como atractivos que soportan la actividad turística local.

3.1. Atractivos turísticos

Aunque Tijuana no sea un destino turístico tradicional de playa ni cuente con grandes atractivos naturales o arqueológicos, sí es reconocido, estadísticamente, como uno de los diez centros mexicanos con mayor oferta hotelera y planta de servicios constituidos por restaurantes, bares, discotecas, agencias de viajes, arrendadoras de autos, central de autobuses foráneos, aeropuerto internacional, así como comercios ligados con la demanda turística (Bringas, 1992).

3.1.1. Atractivos naturales

En lo fundamental, como se menciona en el siguiente apartado, el conjunto de atractivos turísticos que posee Tijuana son de carácter humano. Sin embargo, cabe destacar que, entre los del tipo físico, destaca la gran playa situada al occidente de la ciudad. En promedio ésta tiene un kilómetro de ancho y 64 de longitud, pendientes suaves y oleajes fuertes que posibilitan la práctica de deportes acuáticos

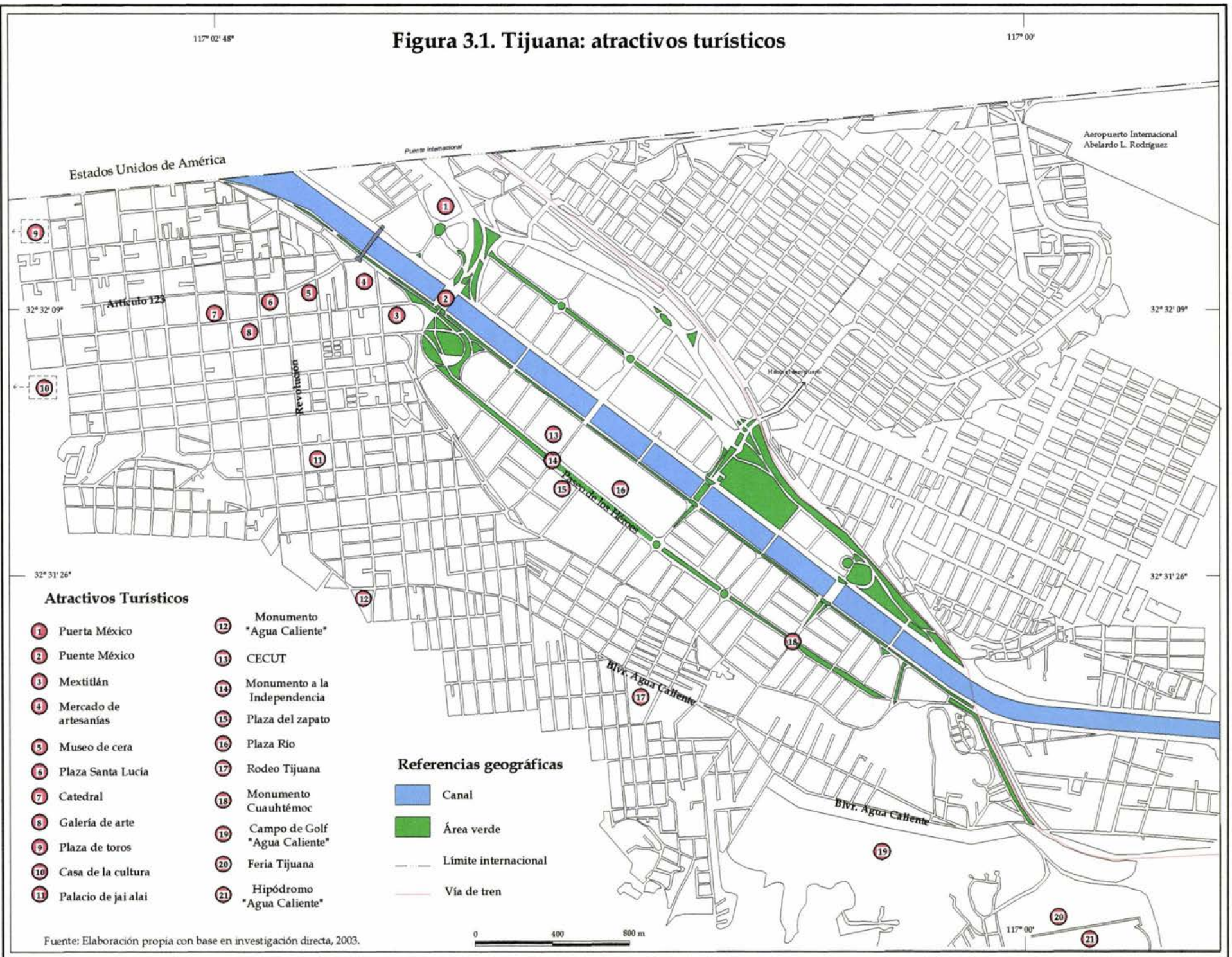
como el *surf*. Esta playa está acondicionada con restaurantes, palapas, escalinatas, andadores, depósitos para la basura, sanitarios y regaderas. Desde este lugar, es posible observar las islas Coronado (INEGI, 2002).

3.1.2. Atractivos culturales

Los atractivos del histórico-culturales son los que se relacionan con el acervo monumental, artístico, museístico, folclórico y etnológico que tiene un lugar para atraer a las personas (Alonso, 2001). A continuación, se citan los existentes en Tijuana (Figura 3.1).

La Avenida Revolución es la de mayor actividad turística; en ella existe una parte significativa de los restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas de artesanías de toda la ciudad. **El Centro Cultural Tijuana**, fundado en 1982, es el más importante del noroeste de México, gracias a la gran diversidad de actividades que en él se llevan a cabo; cuenta con varias áreas de espectáculos con diferente vocación: el teatro, la sala de usos múltiples, la sala de exposiciones temporales, el museo de Las Californias, la sala de exposiciones permanentes, el cine planetario, la sala de astronomía, el jardín del caracol, la explanada y la sala de video.

Figura 3.1. Tijuana: atractivos turísticos



El **Palacio de Jai Alai**, edificio antiguo que ostenta una arquitectura elaborada, tiene la particularidad de ser uno de los pocos sitios en México en donde se reconoce, abiertamente, la realización de apuestas. Por su parte, el **Hipódromo Agua Caliente** es un edificio moderno pero de arquitectura tipo colonial, en donde, todas las noches, se presenta un programa de carreras de galgos y los aficionados pueden apostar. Además, en la antigua **Plaza de Toros** y en el **Rodeo Tijuana**, continuamente, se efectúan corridas.

Los monumentos más importantes de Tijuana explotados desde el punto de vista turístico son: el **Monumento a la Independencia**, estructura metálica moderna que simboliza la independencia nacional; el **Monumento a Cuauhtémoc**, dedicado a este emperador azteca; la **Torre Agua Caliente**, es una replica de la torre que estaba a la entrada del casino del mismo nombre y ahora es un museo.

La **Casa de la Cultura**, con su singular arquitectura, es uno de los edificios más antiguos de la ciudad; en él se efectúan talleres de danza, artes plásticas y teatro, entre otras actividades; La **Catedral de Nuestra Señora de Guadalupe**, de construcción reciente, fundada en 1956, es otro edificio que ejerce gran atractivo. En la **Plaza Santa Cecilia**, tradicional por los mariachis, se encuentran artesanías diversas y se puede consumir comida mexicana. También, importantes por la venta de artesanías provenientes de diversos sitios de nuestro país, son, el **Mercado de Artesanías**, la **Puerta México** y el **Puente México**.

En relación con los foros de arte, destacan la **Galería de Arte** ubicada en el antiguo Palacio de Gobierno, donde se exhiben muestras fotográficas, pictóricas y escultóricas con distintas temáticas; en **Mexitlán** se exhiben la historia y la riqueza cultural mexicana; el **Museo de Cera** es el segundo en su tipo del país y cuenta con 60 representaciones de personajes.

Otro atractivo de gran relevancia es la **Feria de Tijuana** que se realiza en las afueras del hipódromo Agua Caliente, durante los meses de agosto y septiembre. Pero quizá el aspecto más importante que se oferta en Tijuana es su vida nocturna; la ciudad cuenta con bares y discotecas que tienen servicio todos los días de la semana y la comida mexicana es parte del atractivo turístico de la ciudad.

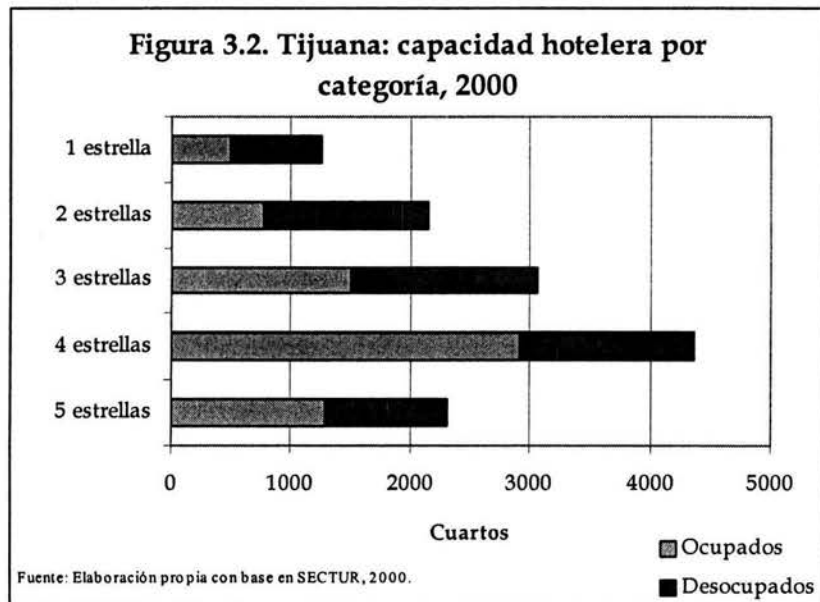
La intensa dinámica económica interna de Tijuana ha repercutido en el incremento de eventos asociados con congresos, exposiciones, ferias comerciales y convenciones, reguladas en su mayoría, por el Comité de Turismo y Convenciones, Tijuana (COTUCO¹; Bringas, 1995). Así, la creciente infraestructura para eventos masivos locales ha sido la causa y consecuencia de las múltiples actividades comerciales y de servicios aquí efectuados (Cuadro 3.1).

Cuadro 3.1. Tijuana: recintos habilitados para eventos especiales

Recintos para congresos, convenciones, ferias y exposiciones	Salones	Capacidad de montaje					Servicios			
		Escuela	Auditorio	Banquete	Herería	Coctel	Edecanes	Traducción simultánea	Vigilancia	
Camara Nacional de Comercio	Angel García	200	500	400						
	Wulfrano Ruiz	200	600	400						
	Ejecutivo	50	100	70						
	Alfonso Bustamante		800	650						
	Turismo Zona Libre									
	Jardín de la Amistad		350	250						
Auditorio Municipal Tijuana		X	X	X	X	X		X		
Casa de la Cultura Playas Cortijo San José	Los Arcos	X	X	X		X	X		X	
	La Tasca		X			X				
	Lienzo Charro				X					
	Patio Kiosko	X	X	X		X				
	Cabañitas	X	X	X		X				
	Salón 1	X								
	Salón 2	X								
	Salón 3	X								
	Salón 3	X								
	Salón 4	X								
Casa de la Cultura Tijuana	Teatro		450				X		X	
	Café Foro Galería	40	120	180	80	200				
	Foro ext.		500	400						
	Club social y deportivo campestre de Tijuana	Agua Caliente	200	1062	1062					
		Minarete	31	51	100		88			
		Oro	61	292	220		190			
		Calafia	15	41	40		32			
		Agua Caliente Centro	166	713	460		320			
		Agua Caliente Norte Interior		181	180					
Agua Caliente Sur Interior			169	160						
Terraza Campestre			158	120		100				
Agua Caliente Terraza Sur				140						
Area Infantil				330		270				
Jai Alai	Restaurante			104		100				
	Jai Alai		250	1000					X	
	Cancha	40			80					
Simpatt Parque Morelos	Tribunas									
	Foro de Usos Múltiples		5400				X		X	
	Audiorama	40	40000		80					
	Teatro		600							
Unidad Deportiva Municipal Crea	Parque de la Amistad		1000							
	Salón de Usos Múltiples	X	X	X	X					
	Aula 1	X								
	Aula 2	X								
Centro Cultural Tijuana	Zona de Gradass									
	Sala de Video		80							
	Sala de Usos Múltiples		250							
	Cine Planetario		300							
	Jardín Caracol		500							
	Sala de Espectáculos		1000							
	Sala de Lectura		40							
Mezzanine	Explanada		3000							
	Mezzanine 1	350	700	450	180	500	X	X	X	
	Mezzanine 2	350	700	450	180	500				
	Mezzanine 3	350	700	450	180	500				
	La Petit	80	150	140	50	80				
	Mezzanine Centro	80	150	120	50	80				

Fuente: Elaboración propia con base en COTUCO, 2002.

También, la hotelería de calidad turística -con gran diversidad en la oferta de servicios- ha tenido un extraordinario crecimiento; una parte importante de las construcciones, se ha apoyado en créditos otorgados por el Fondo Nacional del Fomento al Turismo; así, de las 13 mil 137 habitaciones existentes en Baja California, el 43% se encuentran en Tijuana, cuya ocupación promedio anual fue, en el 2002, del 50.3% (SECTUR, 2000; Figura 3.2 y Cuadro 3.2).



Finalmente, aunque no dentro de la ciudad de Tijuana, existen una serie de atractivos que son ofertados desde ésta con tal fin. Es el caso de Rosarito que, ubicada a 30 kilómetros al suroeste de Tijuana, alberga las playas más visitadas del estado, en donde se practican deportes acuáticos y se tiene una intensa vida

Cuadro 3.2. Tijuana: Hoteles habilitados para eventos masivos

Sedes de eventos	Categoría	Número de habitaciones	Número de Suites	Alberca	Gimnasio	Lavandería y tintorería	Golf	Capacidad de montaje						Servicios						
								Salones	Escuela	Auditorio	Banquete	Herradería	Cocina	Agencia de viajes	Banquetes	Traducción simultánea	Arrendadora de autos			
Hotel																				
Camino Real	****	228	6		X	X		Bugambillas	60	75	50	60	60	X	X	X	X			
								Girasoles	30	40	30	25	30							
								Tulipanes	30	40	30	25	30							
								Orquideas	45	65	40	35	40							
								Alcatrazes	160	300	150	60	200							
								Alcatrazes 1	80	120	70	30	100							
								Alcatrazes 2	80	120	70	30	100							
								Camino Real	750	1400	864		600							
								Camino Real 1,2 y 3	500	700	432	165	280							
								Camino Real 1 y 2	280	300	240	120	120							
								Camino Real 3 y 4	500	700	432	165	280							
								Camino Real 1 ó 2	140	160	120	56	60							
								Camino Real 3 ó 4	180	300	240	120	120							
Grand Hotel Tijuana	****	415	7	X	X	X	X	Gran salón T	700	1300	660	300	1200	X	X	X				
								Tijuana I	220	300	220	80	300							
								California	120	150	120	60	110							
								California norte	50	50	50	30	60							
								California sur	40	50	50	30	60							
								Directores	30	30	15	25	25							
								Calafia	50	60	50	40	40							
								Tecate	50	60	50	30	40							
								La Paz	50	70	90	35	80							
								Rosarito	50	60	60	40	50							
								Cachanilla	120	150	110	50	150							
								Agua Caliente	70	80	80	60	100							
								Mexicali	30	30	20	15	15							
								Puerto nuevo	50	50	40	35	40							
								San Quintin	35	40	30	25	35							
								San Felipe	10	15										
Pueblo Amigo	****	107	2	X	X	X		Premier	60	100	70	35	100	X	X	X				
								Premier II	20	35	20	15	30							
								Premier III	20	35	20	15	30							
								Ejecutivo	20	20	20	10	25							
								Patio mexicano	150	450	300	50	300							
								Terraza	70	150	110	45	200							
								Alberca	60	90	100	40	150							
Lucerna	****	162	5	X	X	X		Capilla I	40	70	70	35	60	X	X	X				
								Capilla II	40	70	70	35	60							
								Domo	160	400	260	80	200							
Residence Inn	Resort	75	57	X	X	X	X	Delfines	15	25	20	15	20							
Palacio Azteca	****	152	13	X	X	X		Brisas I	75	150	60	75	80							
								Pavo Real	50	70	80	40	100	X	X					
								Ejecutivo	40	60	50	3	120							
								Alcatrazes	200	300	200	150	350							
Fiesta Inn	****	127	5	X	X	X		Salón A	30	40	40	25	35			X				
								Salón B	20	25	30	20	30							
								Salón C	95	120	80	50	100							
								Salón D1	70	100	60	50	90							
								Salón D 1 y 2	140	200	120	100	180							
								Salón D 1,2 y 3	270	300	200	130	250							
								Grand salón D	350	550	330	180	400							
Plaza las Glorias	****	192	1	X	X	X		Royal completo	250	400	300	100				X				
								Royal A	70-80	100-120	70	30-40	350							
								Royal B	70-80	100-120	70	30-40								
								Royal C	70-80	100-120	70	30-40								
								Royal D	15-20	20		15								
								Royal E	15-20	20		15								
								Plaza Real	100	200-220	170	60								
								Paraiso	40-50	80	40	35-40	70							
								Bejamar	25	25		15								
								Agua Marina	25	25		15								
								Playca	15-20	20		15								
								Konakal	15-20	20		15								
El Conquistador	****	110	5	X	X	X		Don Quijote	95	300	200	40-50	120-200	X	X					
								El Conquistador	40	80	60	30-50	60-80							
La Mesa Inn	****	120	2	X		X		Salón 1						X	X					
								Salón 2												
Contry Club	****	104	31	X		X		Salón 1						X	X	X				

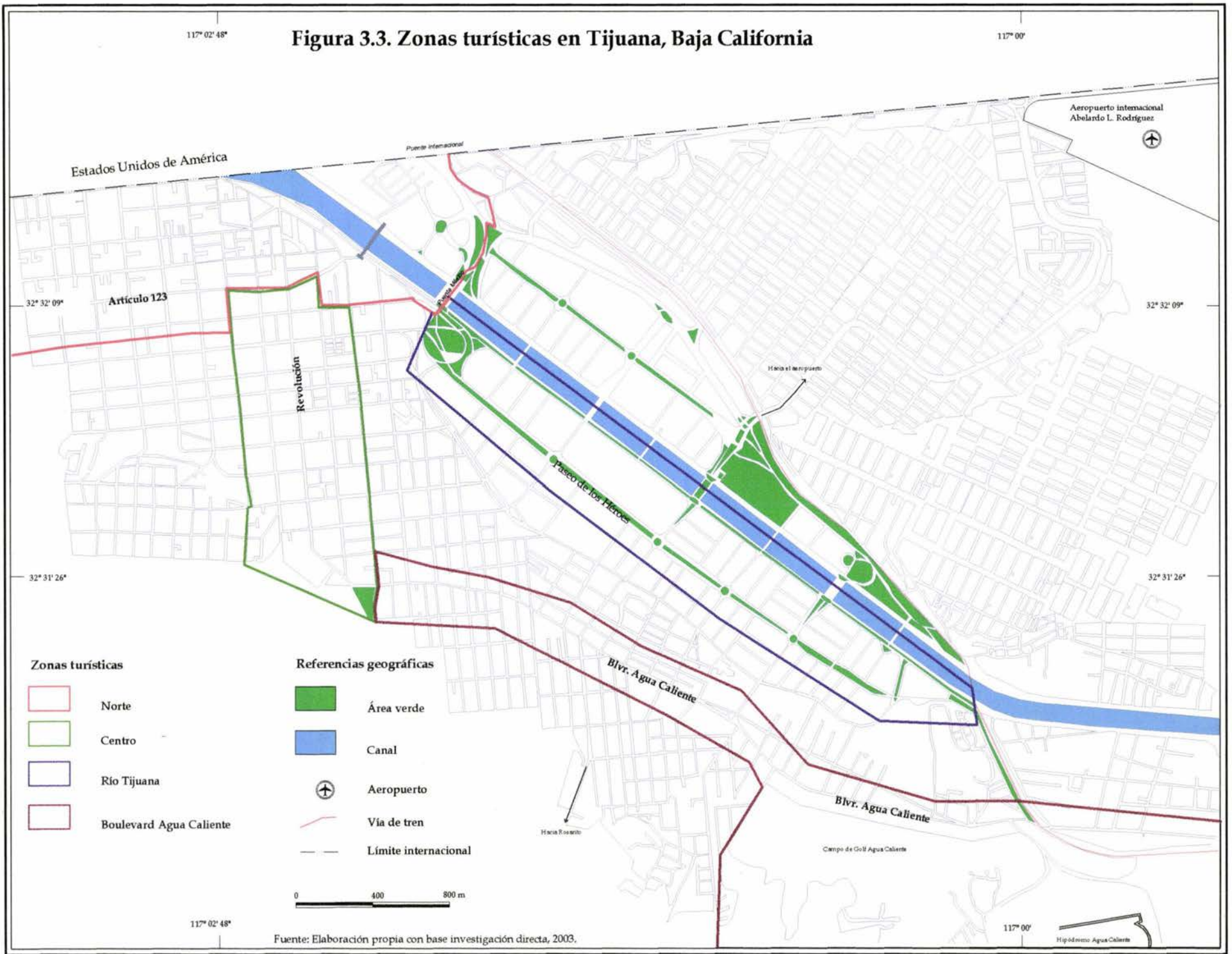
Fuente: Elaboración propia con base en COTUCO, 2002.

nocturna. Asimismo, desde Tijuana se realizan *tours* a Ensenada, en donde se visita "La Bufadora" y se cuenta con una gran oferta gastronómica y de diversión. También, son frecuentes los *tours* a Guadalupe, localidad cercana a Ensenada donde se hacen visitas a las cavas de los viñedos locales.

Fuera de las fronteras nacionales, desde Tijuana, se ofertan *tours* al estado de California, Estados Unidos, hacia los parques temáticos de *Disneyland*, *Sixflags* y *World's Largest*. Los recorridos son de un día y los precios oscilan entre 10 y 75 dólares por persona. Evidentemente, mientras que los turistas extranjeros demandan recorridos al interior de Baja California, los nacionales y la población local se inclinan, en muchas ocasiones, por dirigirse a Estados Unidos, lo que demuestra la complejidad de la dinámica territorial motivada por el turismo en ambos lados de la frontera.

Con base en el conjunto de atractivos con los que cuenta la ciudad de Tijuana, es posible distinguir cuatro zonas turísticas hacia su interior, por el tipo de turistas que reciben: Zona Norte, Centro, Río Tijuana y Boulevard Agua Caliente. A su vez, estas cuatro zonas conforman la llamada Porción Central de Tijuana (Figura 3.3).

Figura 3.3. Zonas turísticas en Tijuana, Baja California



3.2. Organización espacial y turismo en Tijuana

Con la llegada masiva de turistas a Tijuana, ha ocurrido, de manera inevitable, una transformación en su proceso de urbanización, una fuerte competencia por el derecho de disponer de distintos predios, al mismo tiempo que aparecen nuevas formas de apropiación del espacio y se agudiza la diferenciación en las condiciones de desarrollo de diversas áreas (Bringas, 1995a). En consecuencia, los terrenos urbanos adquieren un precio elevado, no tanto por lo que son, sino por lo que se pueden hacer con ellos²; así, ciertos usos tienen la capacidad de generar procesos de segregación espacial³, toda vez que no todos los usuarios pueden aprovechar de la misma forma los beneficios ofrecidos por la ciudad. Los comercios y los servicios tienden a formar espacios productivos que compiten por la localización, pues ello es un factor importante del éxito que pudiera tener cada negocio (Ibíd.). A continuación se tratan las diferencias territoriales de las cuatro zonas turísticas de la Porción Central de Tijuana:

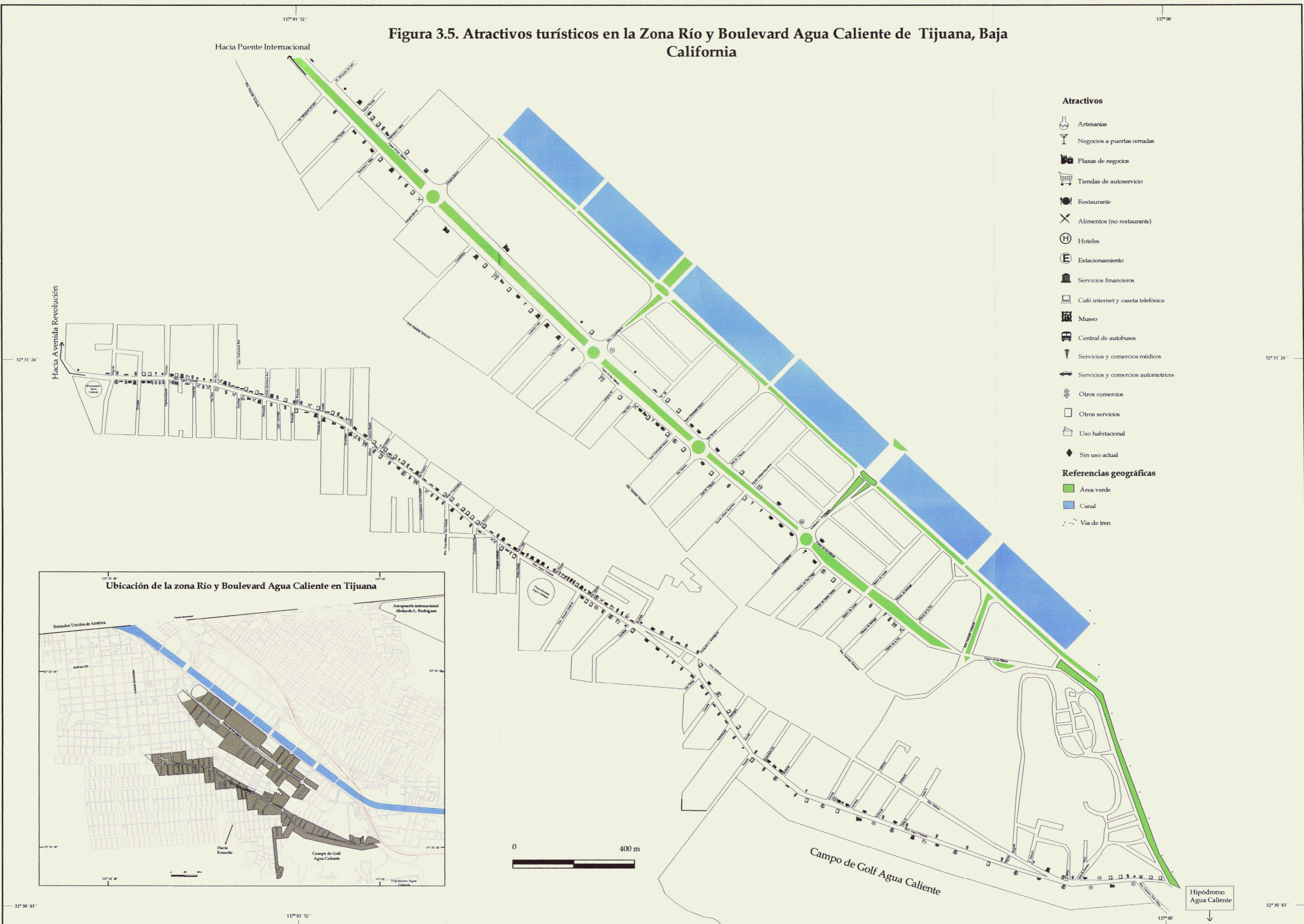
A. Zona Norte. Considerada el centro tradicional, es visitada por los turistas de manera esporádica ya que la mayoría se aleja, como máximo, una cuadra al poniente de la avenida Revolución. Aquí se encuentran múltiples servicios que atienden el mercado local, a migrantes potenciales que desean cruzar al “otro lado” y a turistas extranjeros de ascendencia u origen mexicano; asimismo, el tipo de comercios de esta zona (línea blanca, boutiques, dulcerías, zapaterías, farmacias, fondas, bares, licorerías, casas de cambio, casas de empeño, hoteles de baja

categoría, baños públicos, etcétera), son indicativo del tipo de consumidores ya señalados (Figura 3.4). Finalmente, en la calle Coahuila, es donde hay mayor concentración de burdeles y hoteles de paso de baja categoría.

B. Zona Centro. De máxima concentración de comercios y servicios turísticos de Tijuana; la avenida Revolución, en este sentido, es la más importante de la ciudad y, con base en ella, se ha formado una ruta turística que comienza en la calle Primera, se continua por la avenida Revolución y, finalmente, se prolonga hacia el sur hasta la avenida Internacional. Aquí, se aglutinan las tiendas de artesanías, los restaurantes, los negocios a puertas cerradas (bares, centros nocturnos, licorerías, sitios de juegos y apuestas), las casas de cambio y las farmacias, entre otros. Conviene señalar que en la avenida Revolución se han establecido sucursales de las principales cadenas estadounidenses de comida rápida.

Las calles perpendiculares a la avenida Revolución se han ocupado, gradualmente, por establecimientos turísticos especializados; es el caso de las avenidas Benito Juárez y Carrillo Puerto, donde los comercios y servicios tales como ópticas, farmacias, licorerías, estéticas, fondas, consultorios médicos y negocios automotrices, aprovechan los beneficios del flujo intenso de personas, aunque, se debe reconocer que el porcentaje de compradores se reduce con la distancia, sobre todo hacia el poniente de la avenida Revolución (Bringas, Op. cit.).

Figura 3.5. Atractivos turísticos en la Zona Río y Boulevard Agua Caliente de Tijuana, Baja California



Fuente: Elaboración propia con base en investigación directa, 2003.

Al oriente de la avenida Revolución, el flujo de personas es mayor, debido a que por ahí se cruza rumbo a la garita internacional de San Ysidro; a medida que se avanza en esta dirección, el tipo de comercios y servicios cambian; en la primera cuadra abundan las tiendas de artesanías, hoteles y restaurantes, luego aparecen los talleres de automóviles o de aparatos electrodomésticos, servicios médicos y farmacias (Figura 3.4).

Al final del recorrido típico de los turistas, se observa que los establecimientos comerciales y de servicios son de una modalidad más integrada, que requiere más capital para su instalación; por ejemplo, existen restaurantes que ocupan una manzana entera, lo que difiere del resto de la avenida Revolución, en donde, como lo ha señalado Bringas (Op. cit.), se trata de dar un uso intensivo al suelo.

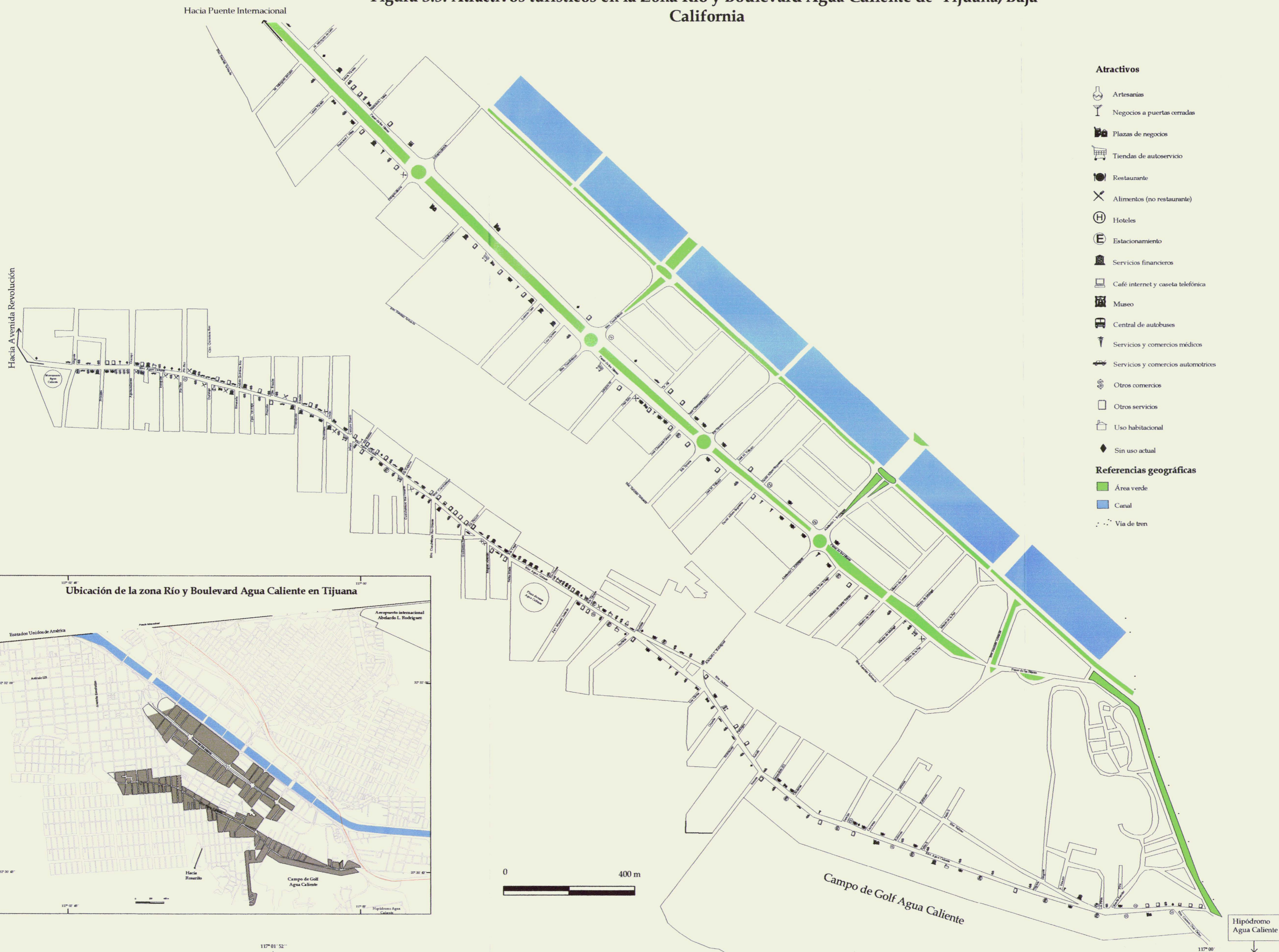
C. Zona Río Tijuana. Para Tijuana, esta zona es el nuevo centro comercial, cultural y financiero. Aunque su localización estratégica (entre la garita y el centro tradicional) atrae visitantes, su importancia va más allá de sus funciones turísticas y recreativas: es el centro de negocios para toda la zona metropolitana, donde se controla gran parte de las transacciones fronterizas regionales y donde se localizan los servicios de apoyo para el comercio internacional, además de una gran parte de las oficinas del gobierno federal, estatal y municipal (Bringas, 1995; Figura 3.5).

Por los motivos antes señalados, los comercios y servicios aquí ofertados son demandados por las personas de negocios, quienes cubren sus demandas en un mismo espacio, además de que las distancias al centro de la ciudad y al cruce internacional son mínimas.

A uno y otro lado de las márgenes del río Tijuana, en la avenida Paseo de los Héroes, existen varios negocios como las plazas comerciales de Río y Del Zapato, restaurantes, supermercados, bancos, hoteles de cinco estrellas y algunas oficinas del gobierno estatal y federal. Además, en esta avenida se encuentra el Centro Cultural Universitario: uno de los lugares más visitados por los turistas, ya que en él hay infraestructura para eventos masivos, se ubica el cine planetario y se emplaza el museo de Las Californias, uno de los más importantes de la ciudad.

D. Zona Boulevard Agua Caliente. La presencia del hipódromo "Agua Caliente", localizado en el boulevard del mismo nombre, influye en la vocación turística de la zona; al norte, el boulevard Agua Caliente cambia de nombre al unirse con la avenida Revolución y, al este, desemboca en la antigua carretera hacia Tecate. Según Bringas (1995a), el boulevard es considerado como el fin de un corredor turístico que comienza en la avenida Revolución e incorpora a todo el boulevard Agua Caliente. A lo largo de éste se encuentran los hoteles más grandes de la ciudad, como el Grand Hotel Tijuana y varios restaurantes importantes.

Figura 3.5. Atractivos turísticos en la Zona Río y Boulevard Agua Caliente de Tijuana, Baja California

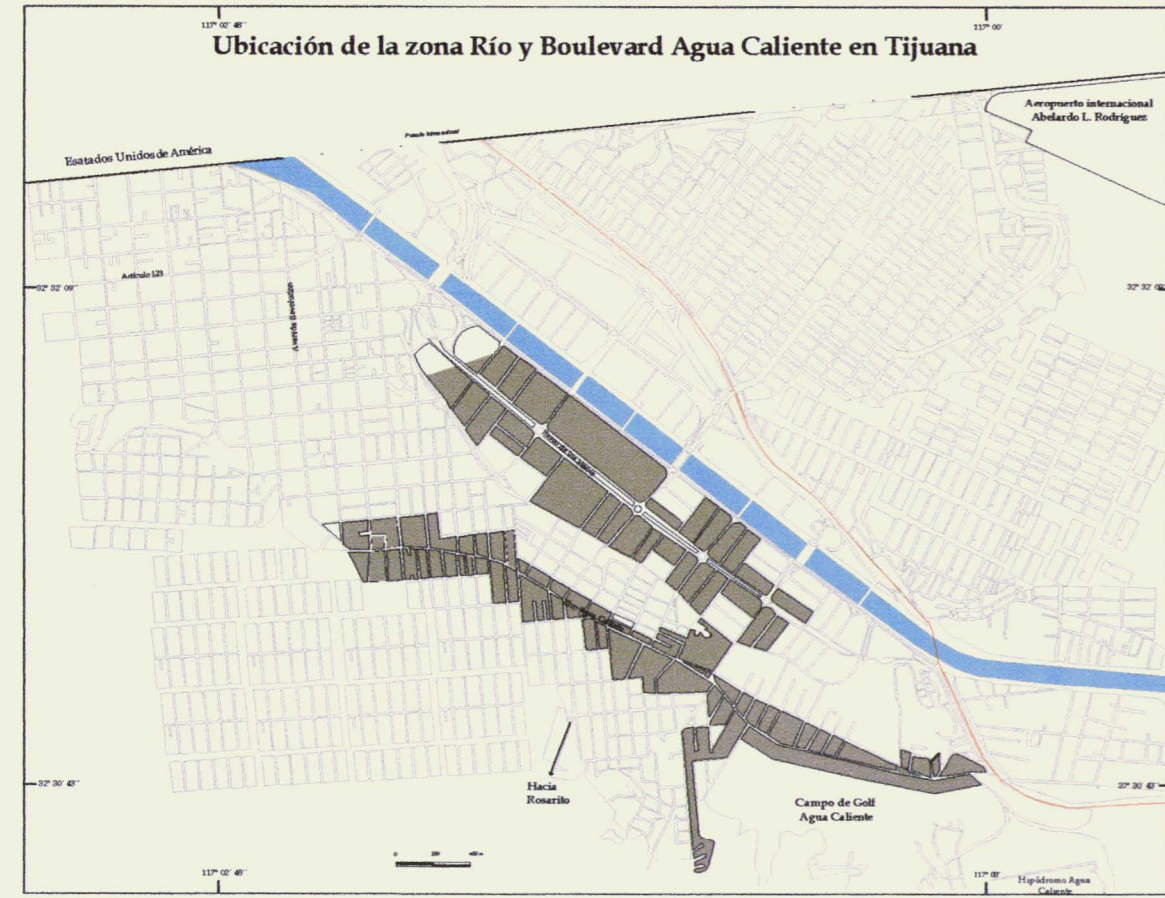


Atractivos

- Artesanías
- Negocios a puertas cerradas
- Plazas de negocios
- Tiendas de autoservicio
- Restaurante
- Alimentos (no restaurante)
- Hoteles
- Estacionamiento
- Servicios financieros
- Café internet y caseta telefónica
- Museo
- Central de autobuses
- Servicios y comercios médicos
- Servicios y comercios automotrices
- Otros comercios
- Otros servicios
- Uso habitacional
- Sin uso actual

Referencias geográficas

- Área verde
- Canal
- Via de tren



Hipódromo Agua Caliente

Otros establecimientos significativos son el Rodeo Tijuana, el campo de golf “Agua Caliente”, las plazas comerciales, negocios a puertas cerradas, oficinas, servicios y comercios automotrices, entre otros. Si bien, el hipódromo ejerce una fuerte atracción de turistas extranjeros, el resto de servicios y comercios de la zona Agua Caliente son demandados, en su mayoría, por los turistas nacionales y la población local (Figura 3.5).

3.3. Uso y valor del suelo en la Porción Central de Tijuana

A lo largo de la historia de Tijuana ha existido un acoplamiento entre los patrones de consumo, las características de los visitantes y el tipo de negocios que se han desarrollado en esta ciudad (Bringas, Op. cit.). De esta forma, el turismo es una actividad que interviene activamente en los usos que se le dan al suelo local.

El uso de suelo que predomina en la ciudad de Tijuana es el habitacional; por su parte, el comercial, el de servicios y el de equipamiento se concentran en la zona central y a lo largo de los corredores comerciales de la avenida Revolución y de los boulevares de Agua Caliente, Salinas y Díaz Ordaz (IMPLAN 2002).

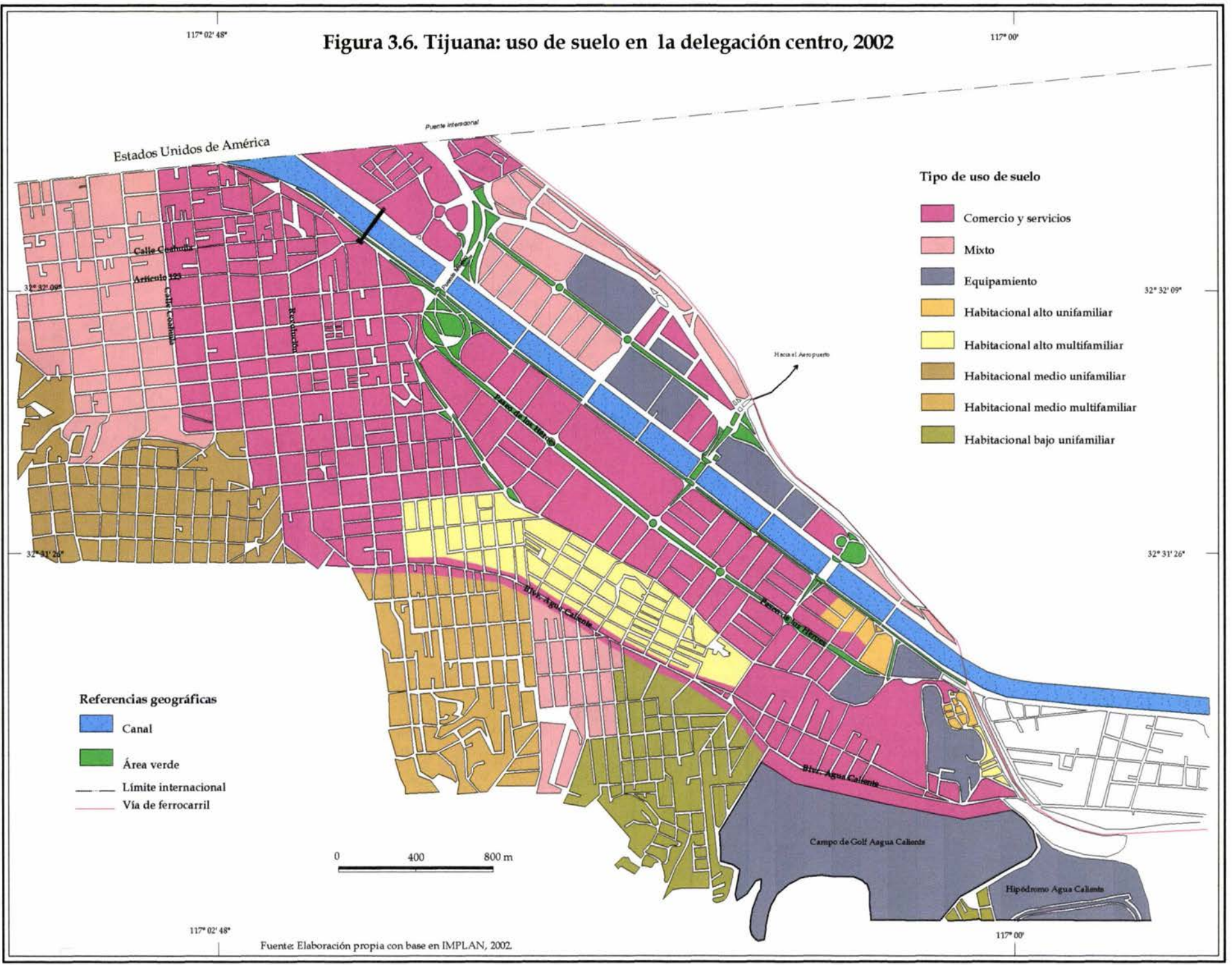
Existe una desarticulación de los usos de suelo que obedece, en gran parte, a la falta de conexión entre la zona oriente y poniente, lo que favorece una concentración de comercios y servicios en la zona centro y en el corredor

conformado por los boulevares ya indicados; en consecuencia, las zonas aledañas a ellos son las más beneficiadas en términos de equipamiento urbano (Ibíd.).

En el uso de suelo de la delegación centro predominan los comercios y servicios, entre ellos los dedicados a atender al turismo, particularmente en las avenidas Revolución, Artículo 123 y en la zona norte hacia el cruce internacional. Hacia el sur, los comercios y los servicios se concentran a lo largo del boulevard Agua Caliente hacia el campo de golf, el hipódromo Agua Caliente y el boulevard Salinas. Por su parte, sobre la avenida Paseo de los Héroes, se concentran los principales edificios de gobierno, y las plazas de negocios y los hoteles de gran categoría, situación que se mantiene en el boulevard Sánchez Taboada y del otro lado del Río Tijuana, donde se emplaza el Palacio Municipal (Figura 3.6).

En relación con las actividades ligadas con comercio y servicios en Tijuana, conviene hacer algunos comentarios. Esta localidad, como ciudad fronteriza, mantiene una interacción cotidiana en la compra de bienes y servicios con Estados Unidos, por lo que su tipología del comercio depende, en gran medida, del establecido en el sur de California; así, este sector de la economía tijuanaense, tiene desventajas en precios y calidad respecto al comercio establecido en Estados Unidos, lo que representa una fuerte dificultad para que los comercios y servicios al interior de la ciudad logren retener a los consumidores locales y, de hecho, el problema ha sido tal que en algunos casos, el mercado público, tradicionalmente

Figura 3.6. Tijuana: uso de suelo en la delegación centro, 2002



Tipo de uso de suelo

- Comercio y servicios
- Mixto
- Equipamiento
- Habitacional alto unifamiliar
- Habitacional alto multifamiliar
- Habitacional medio unifamiliar
- Habitacional medio multifamiliar
- Habitacional bajo unifamiliar

Referencias geográficas

- Canal
- Área verde
- Límite internacional
- Vía de ferrocarril

Fuente: Elaboración propia con base en IMPLAN, 2002.

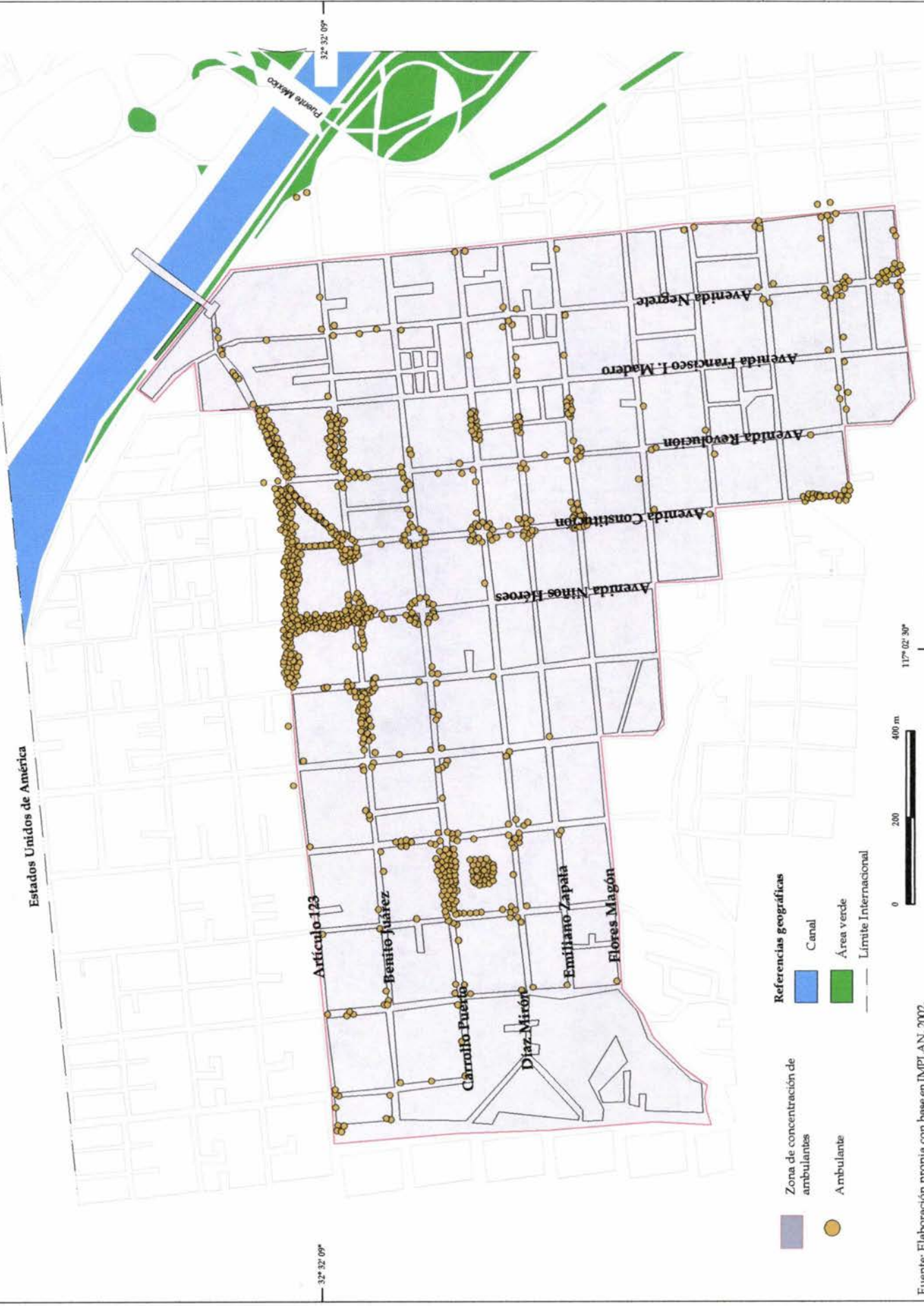
ligado con la venta de artículos básicos, observa un cambio en los giros ahí asentados, enfocados ahora a la venta de peletería, artesanías y flores (IMPLAN, Op.cit.).

Otro problema, derivado, por la crisis que atraviesa el comercio formal de Tijuana, se expresa en el sector informal. Así, los vendedores ambulantes han invadido el centro de la ciudad y las áreas de mayor afluencia turística, especialmente en las calles aledañas a las avenidas Revolución, Artículo 123 -que es la que conecta con el cruce fronterizo- y Benito Juárez, que corresponden con el área turística, por lo que los artículos de venta predominantes son las artesanías de piel, roca, vidrio, papel, etcétera (Bringas, Op. cit.; Figura 3.7).

En las zonas contiguas a las de los comercios y servicios, predominan los usos del suelo mixto y de equipamiento, especialmente al noreste, oeste y centro sur, en donde es interesante observar que, mientras más cercanas se encuentran del gran núcleo de los comercios y los servicios, la jerarquía en la calidad de vivienda es mayor; en este sentido, los usos habitacionales de menor categoría se localizan en los alrededores del campo de golf y del hipódromo Agua Caliente.

El acelerado crecimiento de la mancha urbana de Tijuana y la alta especulación en el uso de suelo, motivado, entre otros aspectos, por la reconversión de usos, ha propiciado que su valor se incremente, a razón de la densidad de construcción, las

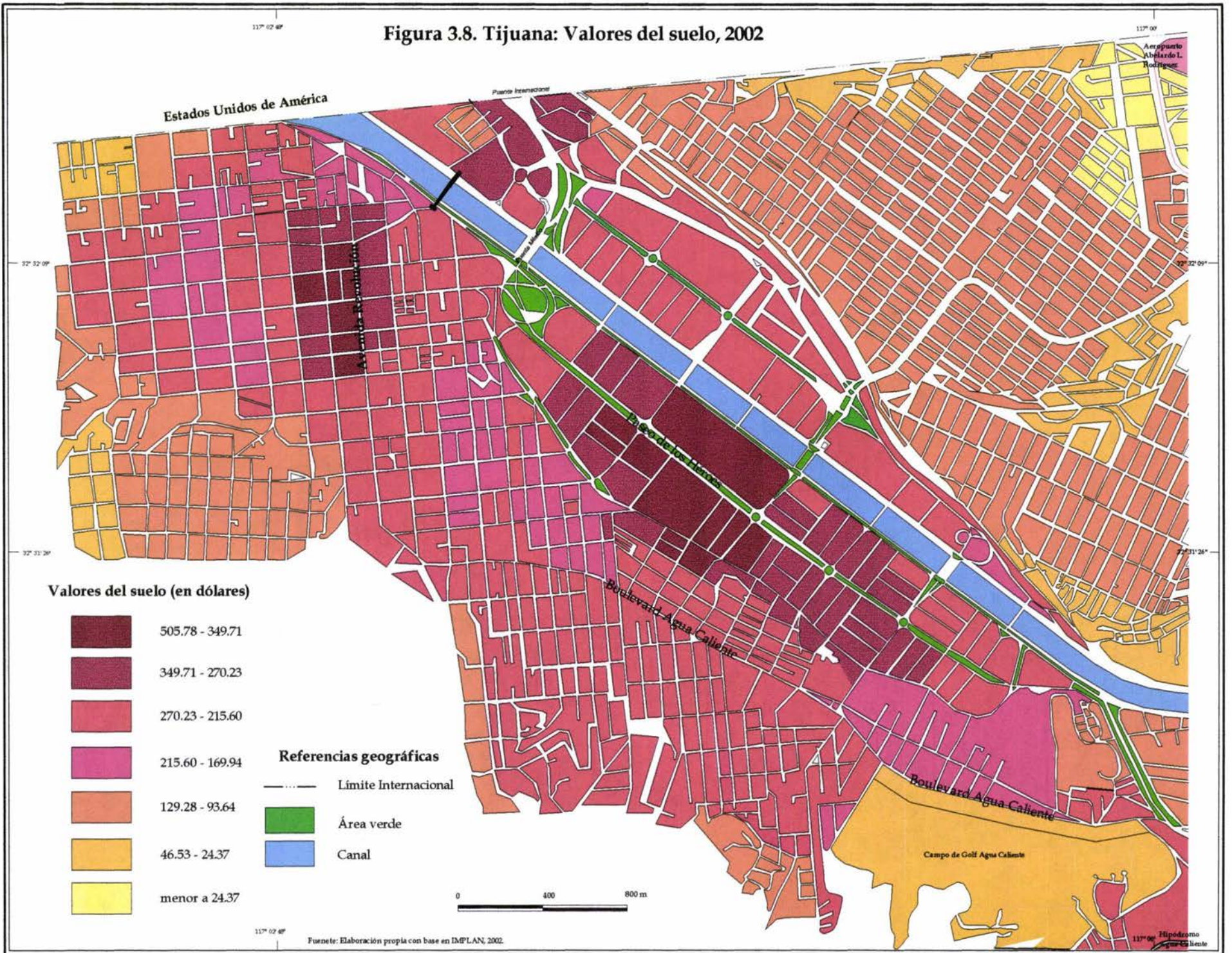
Figura 3.7. Tijuana: concentración de vendedores ambulantes en la zona centro, 2002



alturas alcanzadas por las construcciones, los espacios libres, la presencia de estacionamientos, la infraestructura, la imagen urbana, las mejoras y la situación jurídica de los predios locales; a su vez, estos factores se ligan con la ubicación, el acceso, las fuentes de abastecimiento, el prestigio, los índices socioeconómicos, de servicios y de equipamiento (IMPLAN, Op. cit.).

Por su parte, en los espacios turísticos, caracterizados por tener un alto valor de suelo, intervienen otros factores, tales como el tipo de propietarios, la presencia de instituciones gubernamentales, inmobiliarias, constructoras y de los usuarios. Los costos más elevados por metro cuadrado son los de la zona centro; en el caso de la avenida Revolución, desde la calle Flores Magon hasta Artículo 123; en la Plaza Río; en los boulevares Paseo de los Héroes y Sánchez Taboada; en las calles Francisco Javier Mina y Joaquín Clausel; y varias manzanas al sur del Boulevard Sánchez Taboada (Figura 3.8). La razón principal del elevado precio es su potencial para el desarrollo comercial; otros factores son la presencia de las vialidades primarias y la concurrencia de gran cantidad de personas posibles consumidores de los bienes y servicios que ahí se ofertan. Las zonas de vivienda de alto nivel, también con valores de suelo elevados, se ubican al sur de la delegación centro y en la zona Río; son las de mejor equipamiento urbano y accesibilidad local, lo que permite que sus valores se incrementen constantemente (IMPLAN, Op. cit.; Bringas Op. cit.).

Figura 3.8. Tijuana: Valores del suelo, 2002



En las zonas aledañas a las áreas de máximo valor en la porción, cercana al cruce internacional, el costo del suelo por metro cuadrado oscila entre los 270.23 y los 349.71 dólares, aunque hacia el campo de golf, los costos disminuyen, debido a la presencia de zonas habitacionales de mediana y baja categoría, cuyo valor del suelo por metro cuadrado es inferior a los 96.33 dólares⁴.

3.4. Diferenciación espacial en la oferta turística y tipos de turistas

La formación de áreas turísticas es un fenómeno relacionado con las prácticas que realizan los prestadores y demandantes de bienes y servicios, es un proceso que tiene que ver con las actividades que se llevan a cabo en cada espacio; en el caso de Tijuana, la movilidad socio-espacial de los turistas se refleja en su estructura urbana y son identificables las áreas en las que se presentan los flujos más intensos de personas (IMPLAN, Op. cit.).

En Tijuana, se reconocen áreas, por las características de las actividades más comunes que desarrollan los turistas en ellas, tales como compras y diversiones; cada zona tiene una oferta turística distinta. Se observa que, mientras por una parte se multiplican los establecimientos con servicios y productos que son consumidos por la población local, por la otra, proliferan servicios muy relacionados con las demandas de los turistas (Ibíd.).

La oferta de comercios y servicios existente en Tijuana está orientada a satisfacer las necesidades de los diferentes tipos de turistas; la zona Norte para los migrantes recién llegados que tratan de cruzar al “otro lado”; la avenida Revolución para los turistas extranjeros, en su mayoría anglosajones; la zona del Río para turistas de negocios y estadounidenses de origen mexicano y, por último, el boulevard Agua Caliente, para los nacionales y los mexicanos que viven en Estados Unidos y, en general, para todos aquellos turistas que buscan otro tipo de productos que no son ofrecidos en la avenida Revolución (Bringas, Op.cit.)

Todas estas zonas tienen, entre sí, cierta especialización que adelante se explica líneas abajo, pero antes, conviene señalar que hay comercios y servicios dispersos en todas las porciones turísticas de Tijuana, es el caso de la compra-venta de materiales para la construcción y de los artículos de belleza, así como la de los servicios, tanto los de limpieza y reparación de aparatos electrodomésticos, como de los profesionales (abogados, contadores, administradores, etcétera), todos los cuales son demandados, además de por la población local, por los turistas extranjeros, quienes erogan, por el mismo concepto menor cantidad de dinero en Tijuana que en Estados Unidos.

De manera muy especial, también diseminados ampliamente en todas las zonas turísticas, se encuentran los comercios y servicios médicos como farmacias, ópticas, dentales y clínicas de especialidades. Éstos son demandados, con mayor

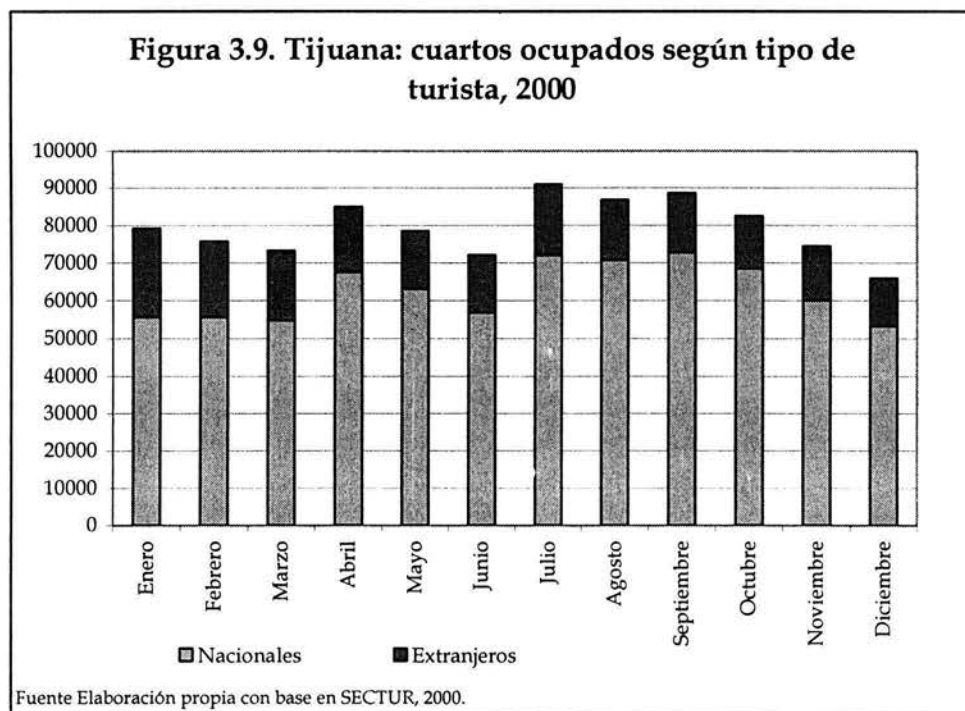
frecuencia, por la población californiana de ascendencia mexicana y la anciana anglosajona; en ambos casos, las razones de sus compras en México tienen que ver con la permisividad que hay en la venta de fármacos, aún sin receta, con los precios bajos de los servicios médicos mexicanos, en comparación con los de Estados Unidos y porque, además, muchos medicamentos en México aún están libres del pago de impuestos (Gallegos, 2002).

La orientación de la infraestructura de comercios y servicios de la avenida Revolución es para turistas extranjeros; se concentran numerosos restaurantes, terrazas-bares, centros nocturnos, tiendas de curiosidades, artesanías y de artículos de importación. Los turistas buscan artículos típicos, comida mexicana o se toman una fotografía en los burros disfrazados de cebras y ataviados con motivos mexicanos que se han adecuado a los gustos de este tipo de turistas, con letreros en inglés o logotipos comunes en su país. Por las noches, la avenida Revolución se orienta a un turismo para jóvenes que, a diario, pero con mayor intensidad los fines de semana, se dan cita y buscan divertirse en Tijuana.

El grupo de turistas nacionales y los extranjeros de ascendencia mexicana demandan bienes y servicios de establecimientos ubicados en distintos puntos de la ciudad como: el boulevard Agua Caliente y en la zona Río; tal situación se explica por la mayor movilidad que tienen estos tipos de turistas al no existir barrera por el idioma y a los gustos culinarios específicos.

Los visitantes itinerantes hacen uso de hoteles clasificados como de categoría económica y una estrella que se encuentran localizados en la zona norte y centro de la ciudad, cerca del bordo que es el lugar donde cruzan los inmigrantes indocumentados, quienes demandan, estos servicios sin ser considerados como turistas; presentan una derrama económica importante dentro de los servicios de la actividad turística no cuantificada, que consiste en gastos como transporte, consumo en fondas y hospedaje que utilizan desde su llegada a la ciudad, hasta el momento del cruce (Bringas, Op.cit.).

La infraestructura hotelera de Tijuana, en su mayor parte, ofrece alojamiento a turistas procedentes del interior del país; más de dos terceras partes de los huéspedes registrados son de origen nacional, esto se debe a que los turistas extranjeros tienen su lugar de residencia a una corta distancia de la ciudad de Tijuana y no pernoctan del lado mexicano, como se verá en el siguiente capítulo (Figura 3.9).



3.5. Proyectos en las zonas turísticas de Tijuana

En la historia económica de Tijuana, la planeación no ha sido una actividad prioritaria más aún, las diferencias estructurales entre México y Estados Unidos, han provocado que, en esta ciudad, los esfuerzos de planeación realizados se den de forma desarticulada y sin una visión que integre un diagnóstico del ámbito binacional, lo que dificulta superar los problemas afines a la región (IMPLAN, Op. cit.). A pesar de lo anterior, en los últimos años, se han planteado proyectos que han influido en la actividad turística de la zona de Tijuana:

- **Saneamiento de la avenida Revolución.** El área de este proyecto comprende las avenidas Revolución y Constitución, desde la calle Primera hasta la Décima, y consiste en la propuesta de “sanear” este espacio, a través de la eliminación del exceso de anuncios sobre las fachadas y de plantar vegetación adecuada, de modo que se homogeneice la vía pública y tenga un aspecto más estético.
- **Revitalización de la avenida Revolución.** El objetivo general de este proyecto es reordenar y encausar el desarrollo urbano de la avenida Revolución entre las calles Segunda y Coahuila, a fin de lograr un mejor aprovechamiento de la zona, mediante el desarrollo armónico de las actividades productivas recreativas, culturales y habitacionales. Se pretende facilitar la interrelación y convivencia entre los residentes y visitantes, y mejorar la imagen urbana, a través del desarrollo de acciones de participación entre iniciativa privada y gobierno municipal.
- **Reordenamiento y dignificación de la puerta México.** Considera la ampliación de esta vía de siete a diez carriles, con el fin de agilizar el tráfico vehicular que se da entre San Diego y Tijuana, al mismo tiempo que se reducirá el tiempo de espera en un 30%; por el monto de la inversión, de unos 500 mil dólares, el IMPLAN, bajo ciertas consideraciones y modificaciones del gobierno estatal y federal, pretende obtener recursos de la federación.

- **Reubicación del comercio ambulante de la zona centro.** Con este programa se pretende mejorar el aspecto de la ciudad, al reubicar el comercio informal hacia las plazas San Ángel, y de las Californias, así como al cine y al ex mercado Hidalgo, pues son los sitios más adecuados para el emplazamiento de zonas comerciales formales.
- **Declaratoria del centro histórico de Tijuana.** Con el propósito de delimitar el espacio urbano donde se originó la ciudad, sus bienes y sus valores con significado histórico, cultural y artístico, se elaboró la declaratoria del centro histórico de la ciudad de Tijuana. El polígono consta de 62 manzanas y 48 vialidades comprendidas en diez avenidas, nueve calles y 29 callejones.
- **Plan parcial del centro de la ciudad de Tijuana.** Como resultado de la constante transformación a la que ha estado sujeta esta porción urbana, se ha generado una fuerte sustitución del uso de suelo que, a su vez, ha provocado despoblamiento, inseguridad y en algunas áreas, se ha incrementado la demanda de infraestructura y servicios lo que repercute en la saturación de la imagen urbana. Este plan pretende ser un instrumento jurídico-técnico en donde se definan los instrumentos necesarios que permitan reordenar y regular los usos de suelo.

Con base en lo anterior, es posible aseverar que existe especial atención a las zonas que son consideradas como turísticas, las cuales son favorecidas con inversiones públicas y privadas para mejorar su infraestructura; en contraste, las áreas habitacionales son menos contempladas en el ámbito de la planeación municipal, lo que se evidencia en deficiencias y carencias en el equipamiento urbano entre las dos áreas.

Notas

¹ Están formados por los representantes del sector turismo, de la iniciativa privada y del gobierno municipal.

² A esto se le llama especulación con el suelo urbano.

³ La segregación del espacio es entendida aquí, como "los procesos de diferenciación social y las pautas espaciales que se dependen de tales procesos" (Johnston, 2000).

⁴ El dólar estadounidense se cotizó en México \$10.38 en julio de 2002.

CAPÍTULO 4. CANALES ESPACIALES DE ARTICULACIÓN Y FLUJOS DE TURISTAS EN TIJUANA, BAJA CALIFORNIA

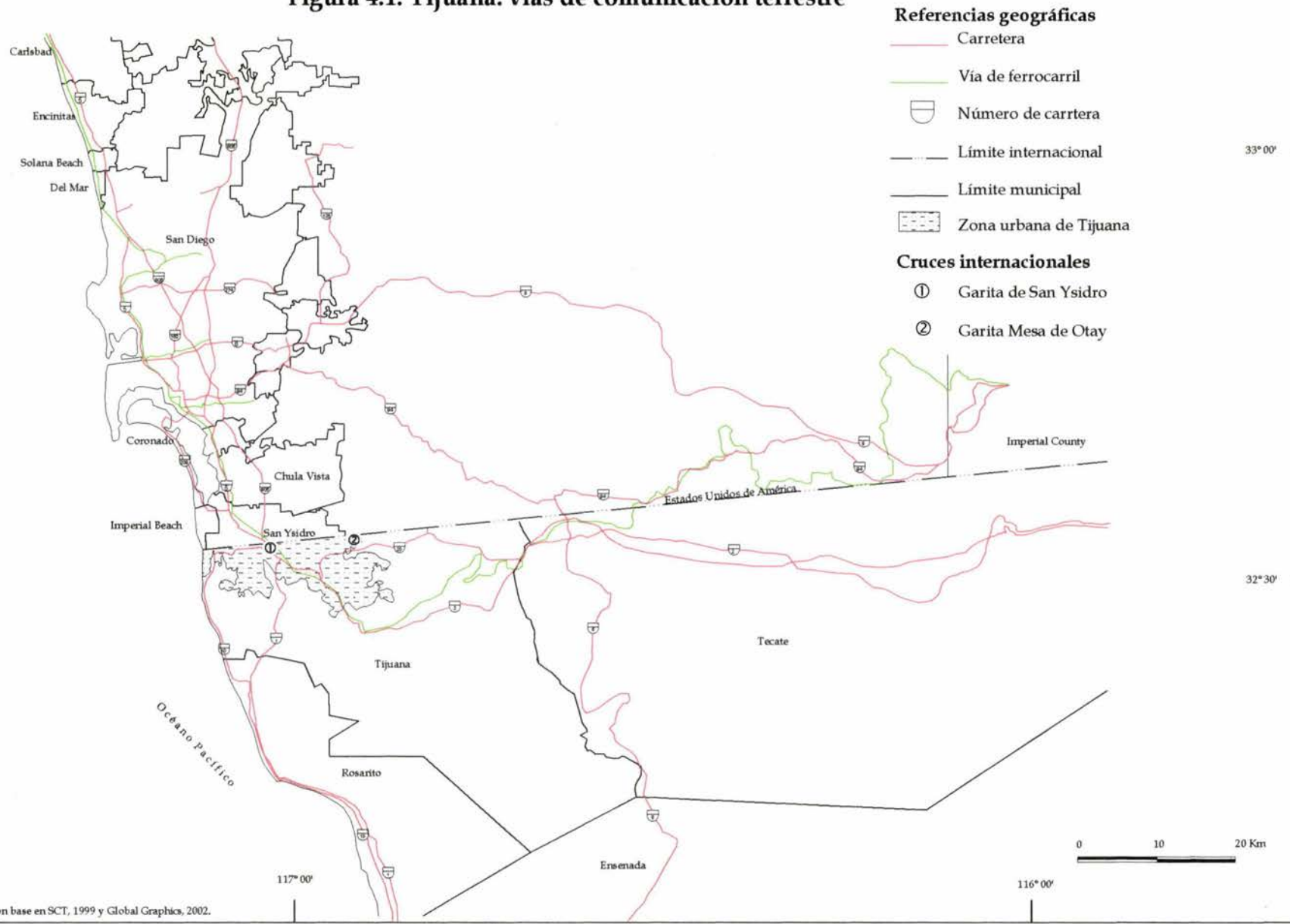
Las ciudades fronterizas de México con Estados Unidos son espacios que registran un intenso movimiento de personas cuyo desplazamiento se da a uno u otro lado de la línea divisoria; éstas, se constituyen por: turistas que visitan las ciudades y sus alrededores en busca de diversión o, simplemente, por conocer; por individuos que viven en los núcleos urbanos colindantes y que visitan la ciudad gemela con el fin de realizar compras, asistir a escuelas, hospitales, bancos, oficinas o para trabajar. Este dinamismo social hace de los espacios urbano-fronterizos un campo moldeable y propicio al rápido crecimiento económico (Bringas, 1995a).

4.1. Vías de comunicación terrestre

Desde el resto de México, a Tijuana se puede acceder, por vía terrestre, a través de las carreteras: de cuota federal 1D Tijuana-Ensenada, la carretera federal 1 Tijuana-Rosarito, federal 2D Tijuana-Mexicali, y de cuota 2 Tijuana-Mexicali. Desde Estados Unidos, a la ciudad se puede ingresar por las carreteras interestatales californianas números 5 y 805, las cuales confluyen en la garita de San Ysidro-Tijuana: los automovilistas pueden integrarse directamente al sistema vial de Tijuana o seguir a Playas de Rosarito y Ensenada, a través del distribuidor Puente México; por su parte, a la Garita de Otay llega, desde Estados Unidos, la carretera interestatal 905, que se comunica con el boulevard Garita de Otay y, en sentido contrario, las vialidades utilizadas son el boulevard ya mencionado y el de Bellas Artes (Figura 4.1).

A través de las vialidades mencionadas, diariamente ingresan a la ciudad de Tijuana unos 45 mil vehículos y, de ella, salen unos 50 mil lo que supone un incremento considerable de su flujo vehicular y, en consecuencia, la saturación de su estructura vial interna. Es destacable señalar que la disposición de sus vialidades está estrechamente relacionada con la topografía local; en ese sentido, tanto las ligas viales como el flujo de las mismas, es más eficiente del noroeste al sureste y viceversa, que en otras direcciones; así, las vías más expeditas son los boulevares y avenidas Díaz Ordaz, Agua Caliente, Insurgentes, Revolución, la carretera libre Tijuana-Mexicali y la vía Rápida Oriente.

Figura 4.1. Tijuana: vías de comunicación terrestre



Fuente: Elaboración propia con base en SCT, 1999 y Global Graphics, 2002.

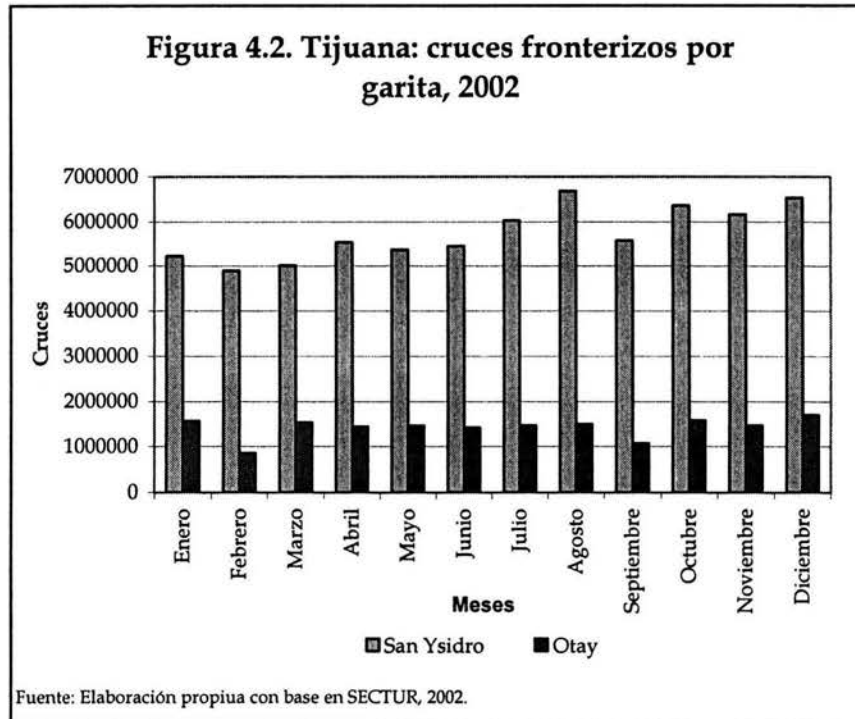
Las vías antes señaladas contienen según el IMPLAN (2002), los corredores comerciales más relevantes de Tijuana que, cuando se observan desde la perspectiva del turismo, muestran algunos problemas que debieran ser atendidos por autoridades locales; es el caso de la falta de señalamiento preventivo e informativo, de sincronización de los semáforos y de regulación de los estacionamientos, entre otros. Además, aunque algunas de estas vialidades funcionen como andadores turísticos, es notable el deterioro y delincuencia registrados, específicamente entre las calles Madero, Aldrete y la avenida México, que es el paso de ingreso a Estados Unidos.

Para la movilización de turistas en el ámbito regional, nacional o internacional, de y hacia Tijuana, la central de autobuses de Tijuana cubre tales requerimientos. Para su desplazamiento, hacia el interior de Tijuana, los turistas pueden hacer uso del autobús, el minibús, el taxi -que de hecho es el más usado, pese a lo costoso de su servicio- y, en menor grado, el transporte turístico *ex-profeso*, cuya ruta inicia en la avenida Revolución y Zona Río y finaliza en San Ysidro, Estados Unidos; el servicio es ofrecido por ocho empresas privadas que transportan mayor cantidad de personas los fines de semana.

En el ámbito internacional, y por vía terrestre, los flujos de turistas, mercancías, y trabajadores, de y hacia la ciudad de Tijuana, se da a través de los llamados cruces fronterizos, que son: la Puerta México-San Ysidro y la Puerta Mesa de Otay. En el

punto de San Ysidro fluyen, fundamentalmente, vehículos de pasajeros, autobuses y peatones las 24 horas de todos los días del año; tanto los vehículos como las personas que llegan a México por este cruce, acceden a la Puerta México, en alguno de sus siete carriles de auto-declaración, pasillo peatonal, pabellón de inspección aleatoria o zona de dependencias federales. Por la Puerta Mesa de Otay, circulan, sobre todo, vehículos ligeros, de carga y, en menor proporción, peatones¹, entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m., horario de sus operaciones; los vehículos ingresan al país en alguna de sus cuatro secciones: una es exclusiva para auto declaración y las otras para el control aduanal (Figura 4.1).

No es desconocido el hecho de que, por el elevadísimo flujo vehicular y peatonal, el puerto San Ysidro ha sobrepasado su funcionalidad y capacidad de operación, evidenciados por los prolongados tiempos de espera (Figura 4.2). Tal hecho ha provocado que el comercio y los servicios formales e informales se concentren en forma extraordinaria, en las zonas aledañas a las garitas, lo que ha coadyuvado al congestionamiento en las vialidades adyacentes. Con la finalidad de atender tal congestionamiento, según el IMPLAN (Op. cit.), los gobiernos mexicano y estadounidense, realizan trabajos conjuntos para proyectar el tercer cruce internacional de Tijuana: Garita de Otay II, que se construirá al este de la mesa de Otay.



La única vía férrea que Tijuana tiene es la administrada por ADMI-carga, denominada vía corta Tijuana-Tecate que, también, se liga, a través de la Garita de San Ysidro, con la ciudad de San Diego. Esta vía no tiene ningún uso turístico, más bien es empleada para el transporte de carga; sin embargo, según el IMPLAN (Op. cit.), se pretende elaborar un proyecto para la ampliación de las vías de ferrocarril, desde Tijuana hasta el puerto de Ensenada, con lo que se incrementaría el flujo de carga y de pasajeros y que impactaría, en forma favorable, a la actividad turística.

4.2. Vías de comunicación aérea

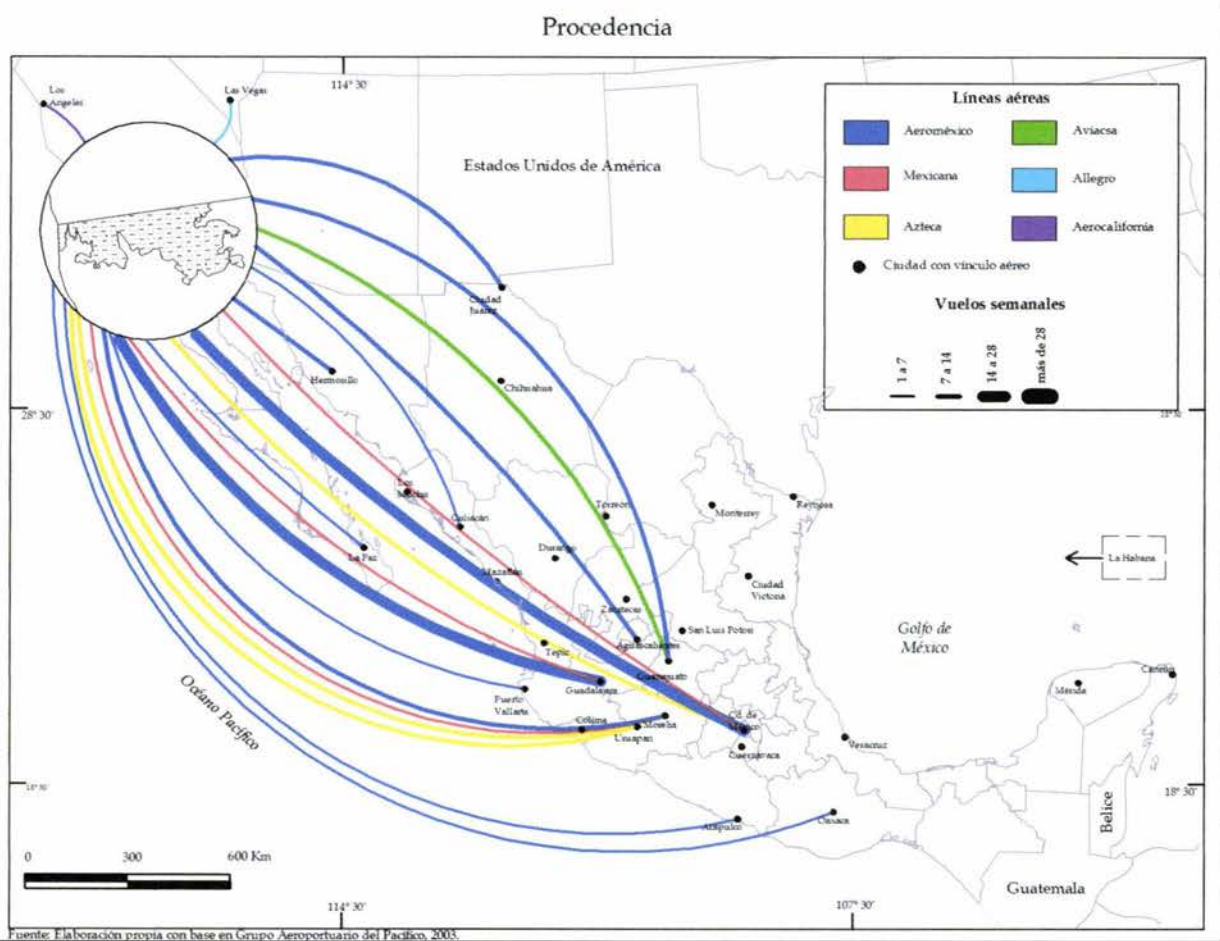
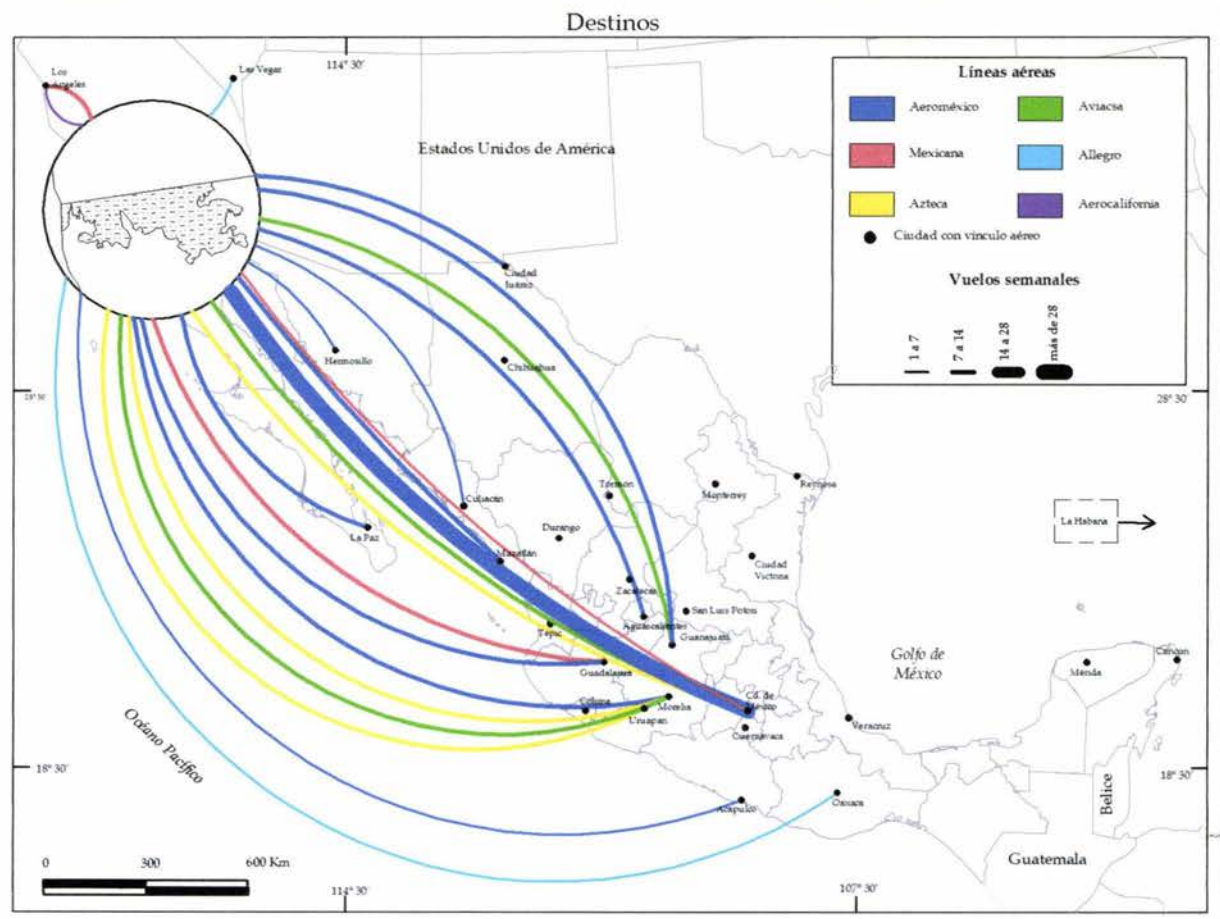
El aeropuerto fronterizo de la ciudad de Tijuana, General Abelardo L. Rodríguez, es uno de los más dinámicos de México, ya que desde éste vuelan diariamente

miles de personas; las líneas aéreas que desde ahí ofrecen sus servicios son: Aerocalifornia, Aerolíneas Azteca, Aerolíneas Internacionales, Aeroméxico, Allegro, Aviaca, Aeromar, Aerolitoral y Mexicana de Aviación. Aunque este puerto es considerado como internacional de largo alcance, resulta sorprendente observar que casi el ciento por ciento de sus vuelos se dan entre Tijuana y alguna ciudad mexicana². Tal situación responde a que la ciudad de San Diego, cuenta con una mejor infraestructura aeroportuaria y hotelera; así, los turistas extranjeros llegan a esta ciudad estadounidense y se trasladan a Tijuana por vía terrestre y no pernoctan en ella.

Derivado de lo anterior y acorde con las observaciones realizadas por Gallegos (2002), en el caso de Ciudad Juárez, la presencia de un aeropuerto internacional estadounidense, cercano a un mexicano; inhibe las conexiones de nuestro país con el extranjero. A pesar de ello, como Tijuana se ha convertido, entre otras cosas, en un centro de negocios binacionales y receptor de migrantes, esta ciudad mantiene conexiones aéreas regulares con 33 ciudades, tres extranjeras y treinta nacionales, con base en ellas se ha creado una red aérea en tres niveles (Figura 4.3).

A. El primer nivel es el de los vuelos directos y regulares provenientes de trece ciudades nacionales y dos extranjeras que, en orden de importancia según el número de flujos, son la Ciudad de México, Guadalajara, Morelia, el Bajío (Guanajuato), Ciudad Juárez, Hermosillo, Aguascalientes, Uruapan, La Paz, Las

Figura 4.3. Ciudad de Tijuana: origen y procedencia de los vuelos aéreos directos y regulares, 2002



Fuente: Elaboración propia con base en Grupo Aeroportuario del Pacífico, 2003.

Vegas (Nevada), Culiacán, Puerto Vallarta, Acapulco, Oaxaca y Los Ángeles (California).

- B. El siguiente es el de vuelos a Tijuana provenientes de Zacatecas, Monterrey, Torreón, Puebla, Colima, Chihuahua o Los Mochis; que antes de llegar a su destino tienen una escala en alguna localidad nacional.
- C. Por último, se encuentran las ciudades de Durango, Mazatlán, Mérida, Cancún, Cuernavaca, San Luis Potosí, Tamaulipas y Tepic en México y La Habana, Cuba, las cuales, tienen una conexión con Tijuana, pero en vuelos que antes tienen escalas en dos localidades nacionales. En su mayoría las escalas pueden ser en la Ciudad de México o Guadalajara, lo que evidencia estrechos vínculos con las dos ciudades más pobladas de México.

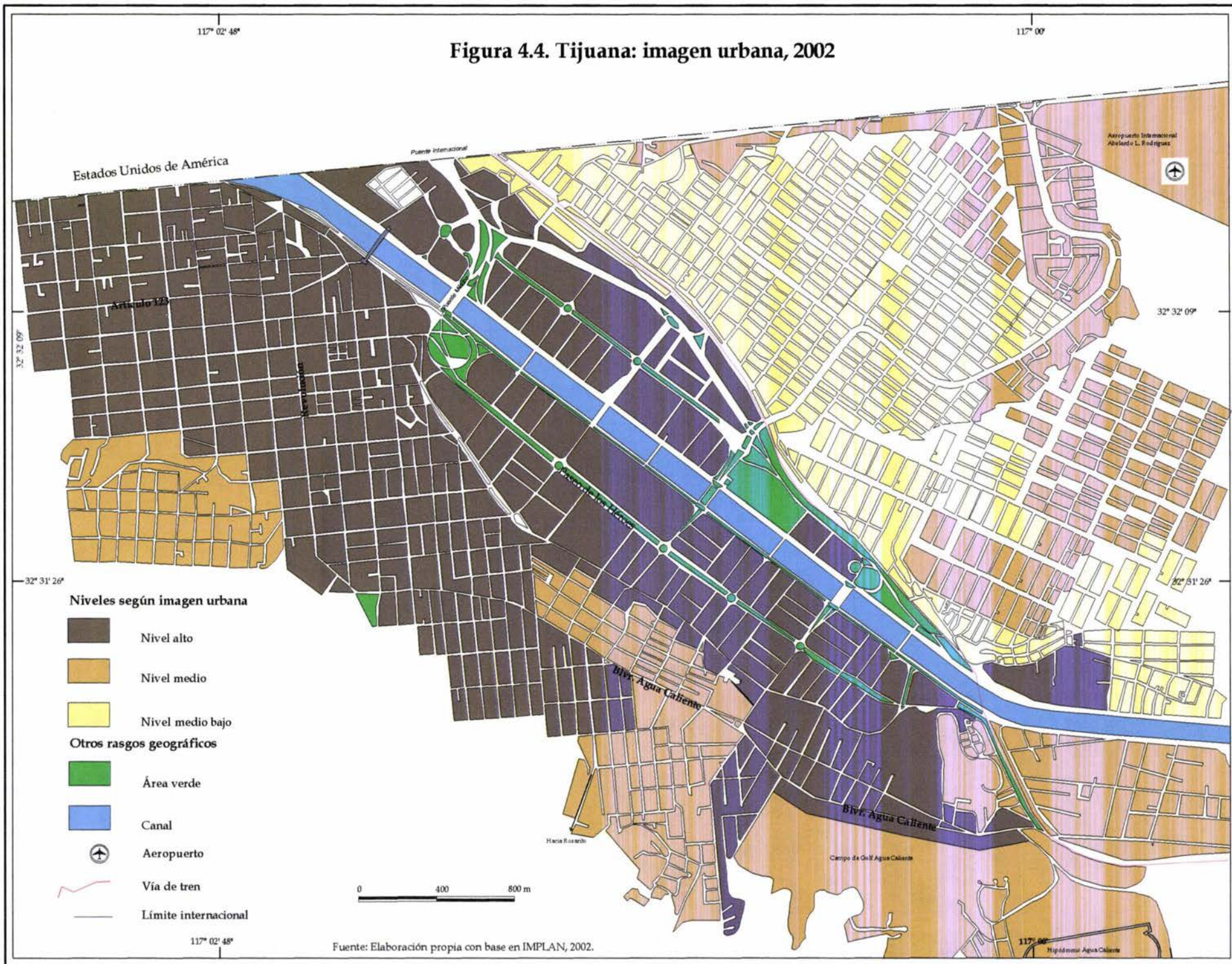
4.3. Equipamiento e imagen urbana

La imagen urbana evidencia condiciones generales de un asentamiento, siempre que se exploren los tamaños de los lotes, la densidad de la población, el nivel y calidad de los servicios, la cobertura territorial de las redes de agua y de drenaje, la electrificación, el alumbrado y el estado general de las viviendas: es la expresión de la totalidad de las características de la ciudad y su población. Por lo tanto, esto influye en la percepción que los visitantes o pobladores locales tienen de la ciudad (IMPLAN, Op. cit.).

Con base en los indicadores antes mencionados, el Instituto Municipal de Planeación Urbana de Tijuana (Ibid.) determinó, para esta ciudad, los siguientes niveles de imagen urbana: alto, medio, medio bajo, precario y área suburbana. El nivel alto se localiza en la zona centro, en los sectores con presencia turística, tales como la avenida Revolución, la zona Río, la mayor parte del boulevard Agua Caliente hacia el campo de golf y el hipódromo, así como las áreas habitacionales de nivel medio y alto. A partir de esta zona, que es la de mayor jerarquía, los predios próximos mantienen niveles medio y medio bajo (Figura 4.4).

El que se den contrastes de imagen urbana en casos como la zona Río (de nivel alto) con una parte del noreste (con nivel medio bajo), obedece a las diferencias en su equipamiento, toda vez que han sido mejor equipadas las áreas centrales de Tijuana, donde es mayor la rentabilidad comercial y de servicios. En el caso de las zonas turísticas se trata de mejorar el equipamiento urbano para satisfacer las demandas de los establecimientos dedicados a esta actividad; sin embargo, es interesante observar cómo, al interior de la porción central, se observan contrastes ya que, en forma paulatina, la calidad de equipamiento urbano disminuye, mientras aumenta la distancia respecto a las manzanas de mayor movimiento turístico.

Figura 4.4. Tijuana: imagen urbana, 2002



4.4. Flujos turísticos de Tijuana: el caso de los turistas y las mercancías

La actividad turística de Tijuana genera flujo de capitales, personas, bienes y servicios que, de una u otra manera, intervienen en la dinámica socioeconómica local. Por mantenerse Tijuana en un ámbito transfronterizo, destacan las relaciones internacionales y, de ellas, quizá el flujo de turistas sea uno de los fenómenos más destacados del turismo en la línea limítrofe del noroeste de México.

La mayoría de turistas que llegan a Tijuana son anglosajones o estadounidenses de origen mexicano que tiene su lugar de residencia a una corta distancia de la línea fronteriza; ello influye en que la permanencia de estas personas en la localidad sea menor a un día. Según Bringas (Op. cit.), la costumbre de los turistas por pernoctar en la ciudad, está más arraigada entre los turistas de ascendencia mexicana que entre los extranjeros, debido a que entre los primeros es más factible que los familiares y amigos les brinden hospedaje.

Si bien es cierto que en Tijuana el flujo de turistas es muy elevado, respecto al movimiento de personas en otras fronteras del mundo, en los últimos años, se han detectado factores que tienden a limitar el libre movimiento de personas hacia uno y otro país de la línea limítrofe:

A. El cobro del Derecho de No Migrante (DNI), establecido a mediados de 1999; es una cuota aplicable a los visitantes internacionales que permanezcan más de

siete días en México, sin embargo, la desinformación que existe al respecto crea confusión y evita que los turistas potenciales viajen a Tijuana (SECTUR, 2002).

- B. La carencia de documentos migratorios que legalizaría, en algunas personas que lo desearán, cruzar la línea internacional, frena el movimiento de un número mayor de personas.

- C. Otra circunstancia que inhibe el flujo de turistas a esta ciudad tiene como base los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 acaecidos en Nueva York, ya que, a partir de ellos, el gobierno estadounidense adoptó medidas extremas de seguridad en sus fronteras, lo que, a su vez, provocó cierta caída en la actividad turística de Tijuana, reflejada en la baja de divisas reportadas a la ciudad, en comparación con otros años. (Figura 4.5 y 4.6).

Con el fin de identificar algunos aspectos de los turistas que llegan a Tijuana, a continuación se presenta el análisis de los resultados de una encuesta que, constituida de 434 cuestionarios, fue aplicada por la institución de Turismo local en abril y junio de 2002³.

Figura 4.5. Tijuana: turistas atendidos en los centros de información, 2001

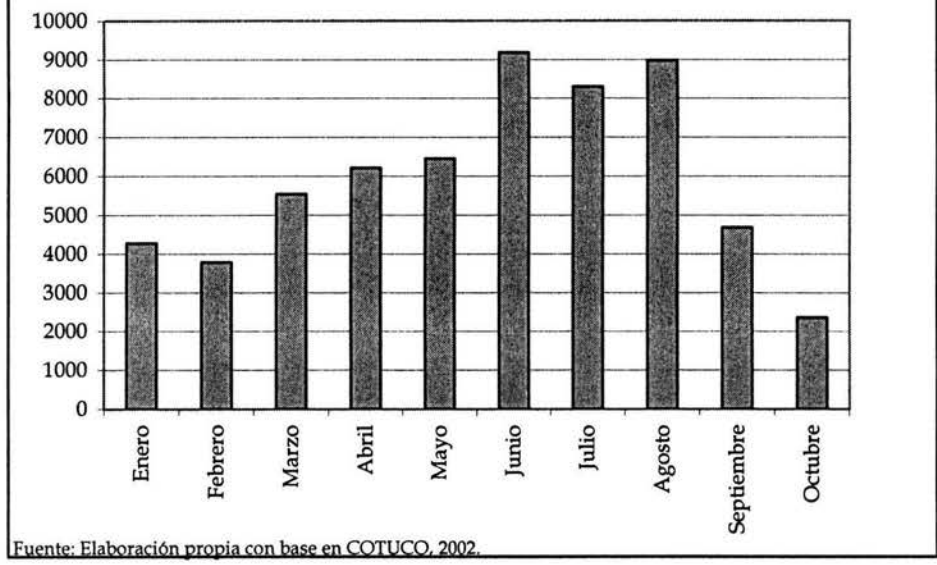
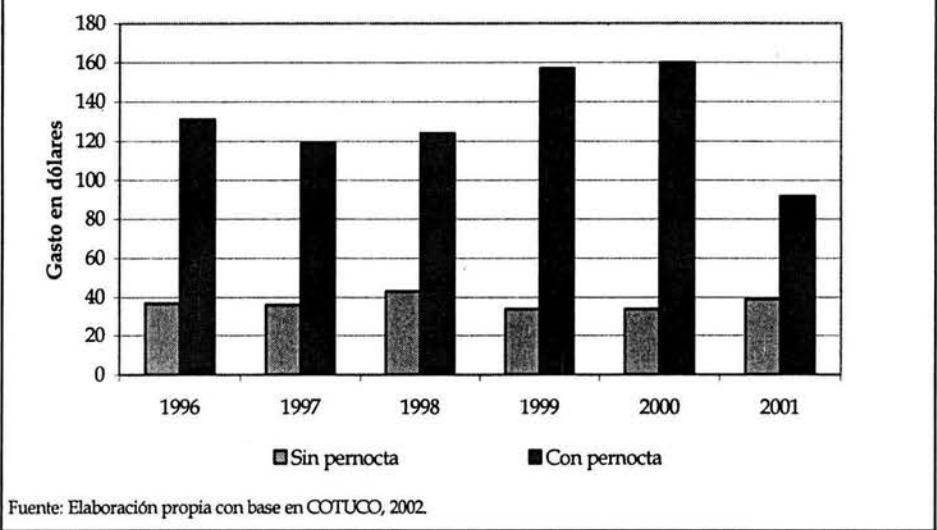


Figura 4.6. Tijuana: gasto promedio de los turistas extranjeros



En relación con la procedencia de los encuestados, el 59% fueron extranjeros y el 41% nacionales; de los primeros, el 56% provino de Estados Unidos y Canadá y el resto, de otros países del mundo, tales como Australia, Inglaterra, Alemania e Irlanda.

La red de captación de turistas de Estados Unidos a Tijuana se extendió a 22 estados, de los cuales, los que más aportaron fueron California (40%), Colorado (2%), Arizona (1%) y Nueva York (1%). En el caso de las personas procedentes de México, resulta sorprendente que 24 de las 32 entidades del país aportaron "turistas", sobre todo de Jalisco (7%), Distrito Federal (5%), Sinaloa (5%), Baja California Sur (4%), Michoacán (3%) y Veracruz (2%) (Figura 4.7)

Los turistas que visitaron Tijuana lo hicieron, predominantemente, en grupos de dos personas; los nacionales gastaron 547 dólares, en una estadía promedio de nueve días y los extranjeros lo hicieron de la siguiente manera: los que pernoctaron gastaron 114 dólares en una estancia de tres días y los que no lo hicieron dispendiaron 43 dólares en una estancia promedio de tres horas. Es interesante observar el hecho de que, al menos en este caso, la estancia entre extranjeros no influye de modo determinante en el incremento substancial del gasto por día; sin embargo, sí es notoria la diferencia de gasto entre éstos y los mexicanos, pues los turistas de nuestro país gastan más en Tijuana (Figuras 4.8 y 4.9).

Figura 4.7. Tijuana: procedencia de los turistas encuestados, 2002

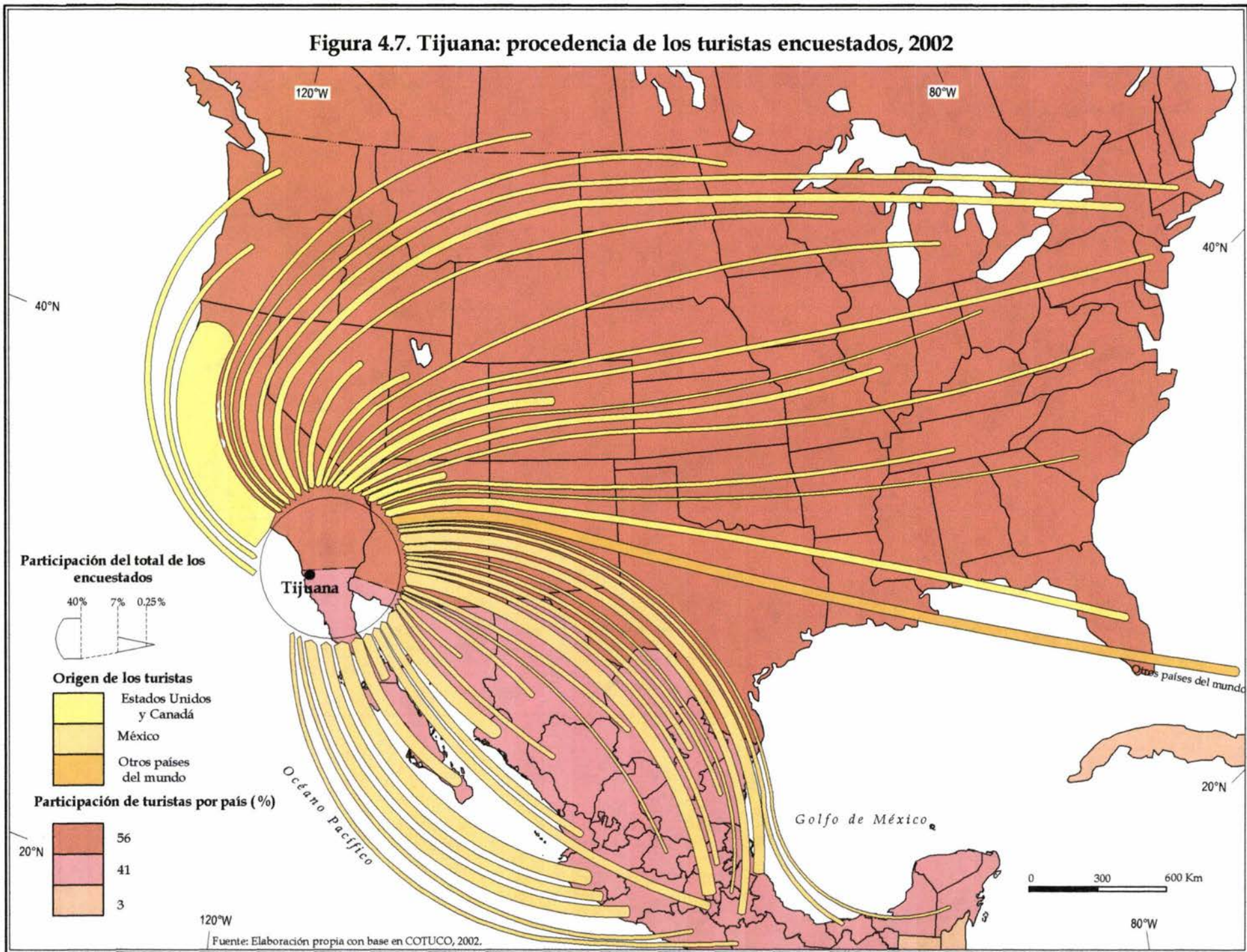


Figura 4.8. Tijuana: gasto total en dólares de los encuestados, 2002

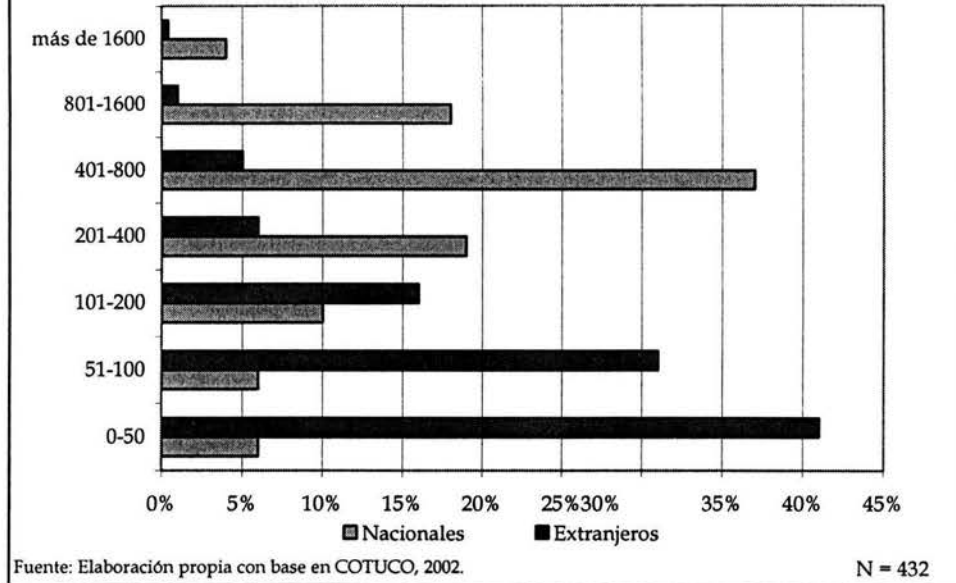
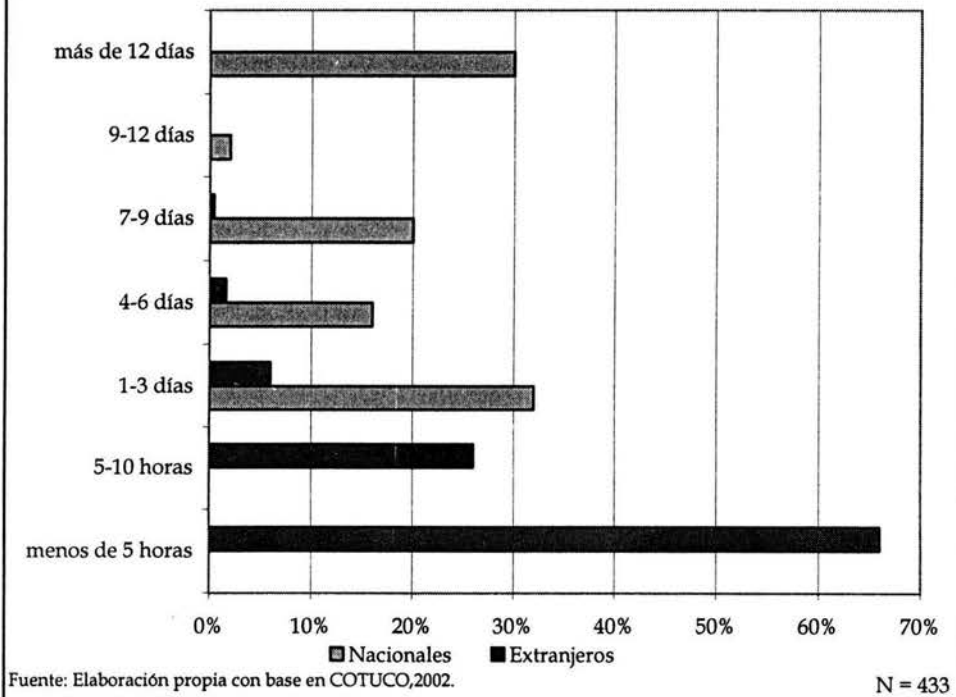
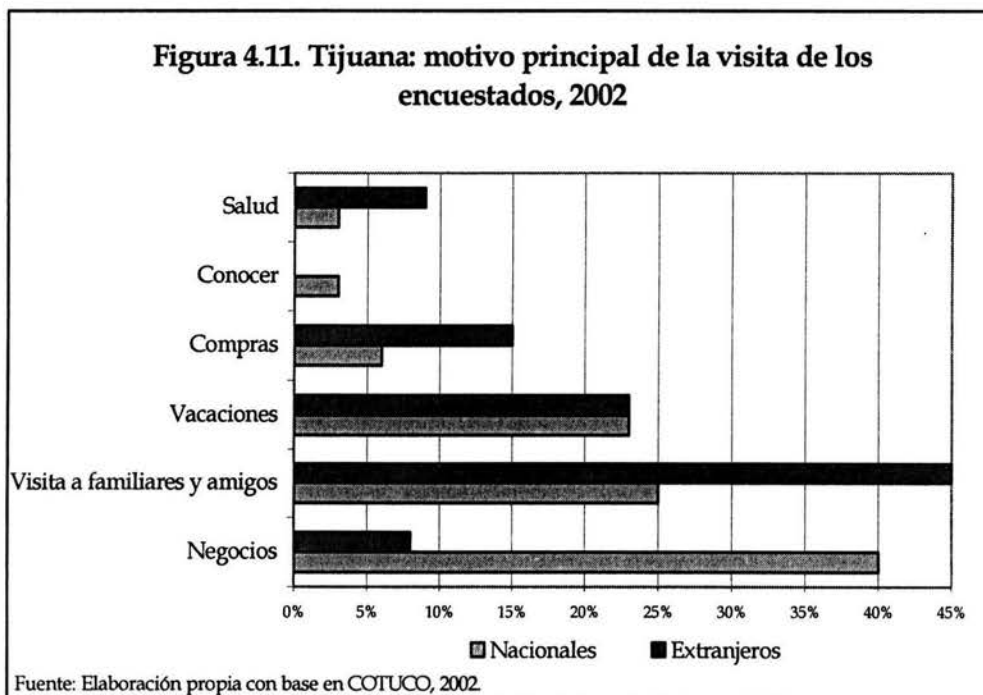
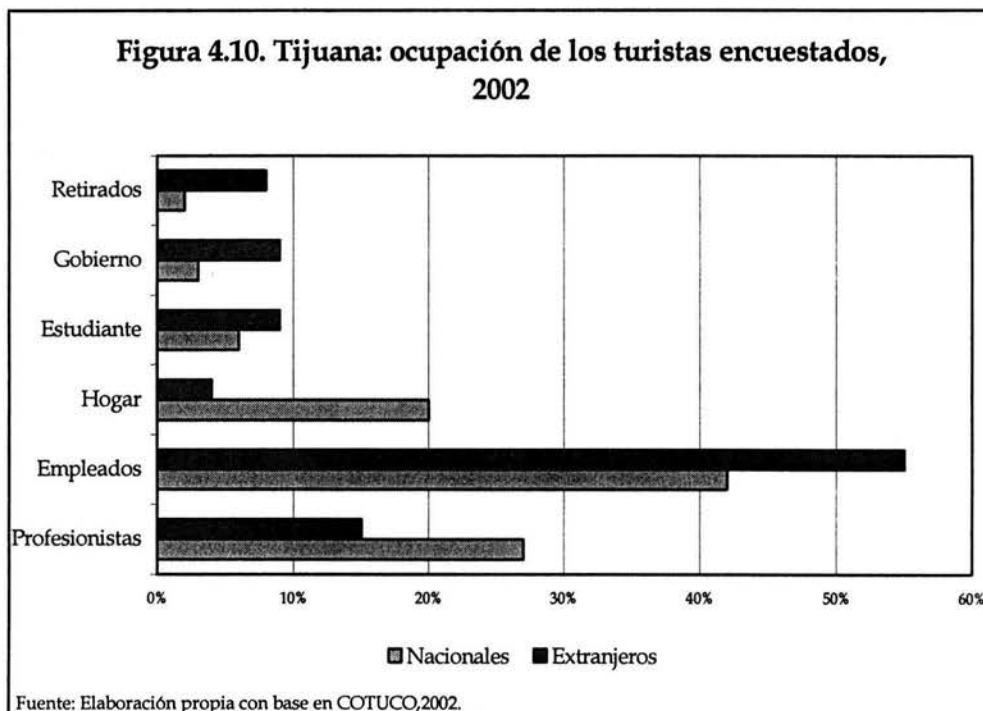


Figura 4.9. Tijuana: tiempo de permanencia de los encuestados, 2002



De acuerdo con la ocupación de los encuestados, tanto en los extranjeros como en los nacionales, los llamados “empleados” ocuparon el mayor porcentaje y, en segundo lugar, se situaron los profesionales. En lo que respecta a la motivación del viaje a Tijuana, los encuestados señalaron aspectos diversos, pero que, al final de cuentas, se asocian: o con la visita de familiares y amigos, en tanto que gran cantidad de los visitantes tienen sus raíces en México, o con el consumo de bienes y servicios ofertados en Tijuana, ya señalados con anterioridad. Destaca el hecho de que los encuestados mexicanos llegan al extremo noroeste del país con el fin de realizar negocios, este rubro alcanzó la cifra de 40% (Figura 4.10 y 4.11).

Por su parte, los alcances territoriales de los turistas encuestados en Tijuana, tienen que ver con la presencia de espacios que ofertan lo que ellos buscan; así, el 75% de los extranjeros sólo visitaron la avenida Revolución pues, finalmente, es la zona de máxima concentración de comercios y servicios turísticos; en contraste los turistas nacionales, tuvieron una mayor dispersión hacia la avenida Revolución (36%) y la Zona Río (38%). Para aquellos encuestados que, además de visitar Tijuana, se desplazaron a otros sitios, lo hicieron: en el caso de los turistas extranjeros a Rosarito (71%) y Ensenada (25%) y tuvieron como interés principal visitar la playa y disfrutar su vida nocturna; en el caso de los conacionales, los intereses son más



amplios y, por lo tanto, sus alcances espaciales incorporan, además de Rosarito y Ensenada, a Tecate y las ciudades estadounidenses de San Diego y Los Ángeles (Figura 4.12 y 4.13).

En cuanto a los productos y servicios consumidos por los turistas que llegaron a Tijuana, fueron los restaurantes los más demandados, tanto por nacionales como por extranjeros (40% del total) y, en menor proporción, destacaron otros aspectos como el transporte y hospedaje, con ligeras diferencias, según el origen de los encuestados es el tipo de hospedaje que utilizan, en el caso de los extranjeros, se hospedan con más frecuencia en casa de familiares y amigos, que los nacionales (Figura 4.14 y 4.15).

Al tratar la frecuencia con la que los encuestados han visitado Tijuana, se observó que, al preguntar a los nacionales, el mayor número de casos se centró en aquellos que visitaron esta ciudad una vez al año (34%); pero al observar a los extranjeros, es evidente que ellos frecuentan con mayor regularidad Tijuana: el 40% de ellos lo hizo una o dos veces al mes y el 30% más de una vez cada quince días. Desde luego que la proximidad geográfica y de ligas de transporte y comunicación entre Tijuana y California, principal fuente de turistas al extremo noroeste de México, explica las cifras citadas (Figura 4.16).

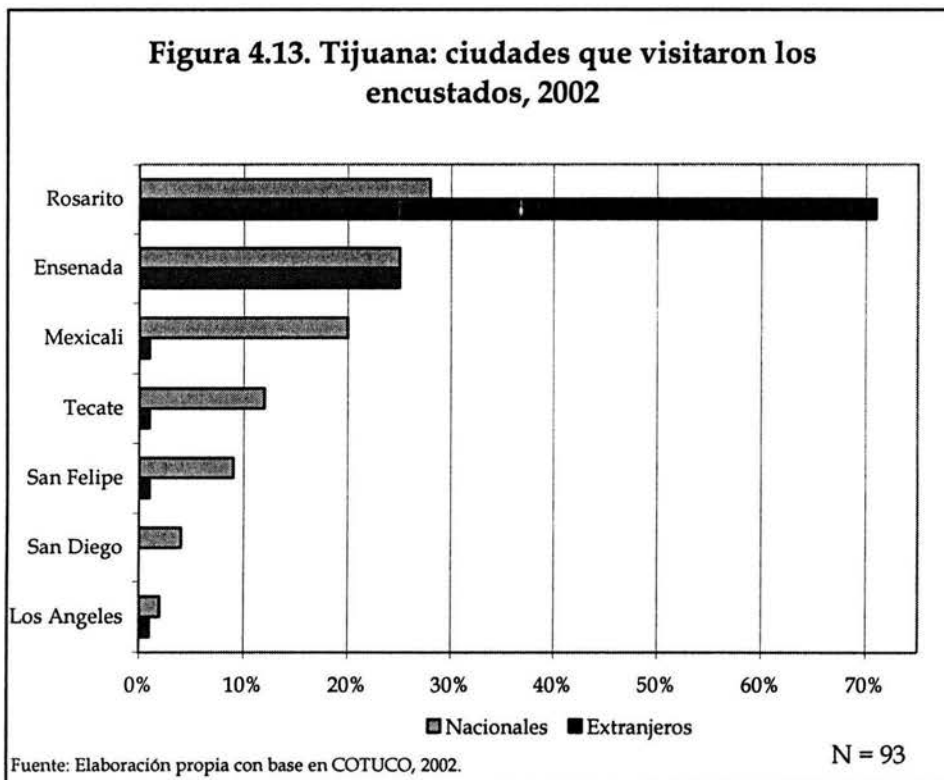
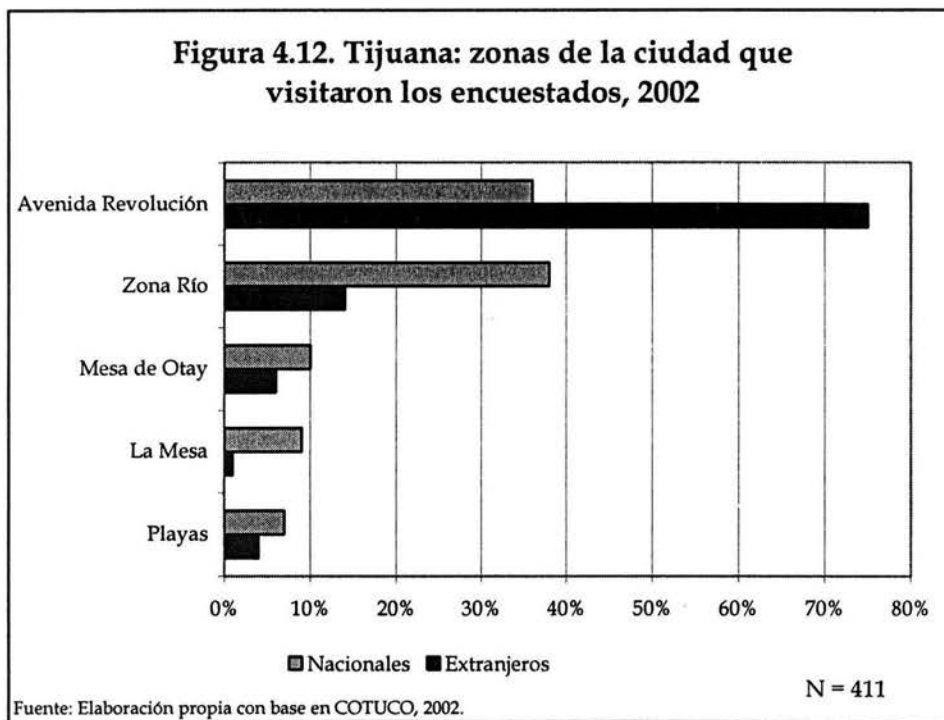


Figura 4.14. Tijuana: productos que consumieron los encuestados, 2002

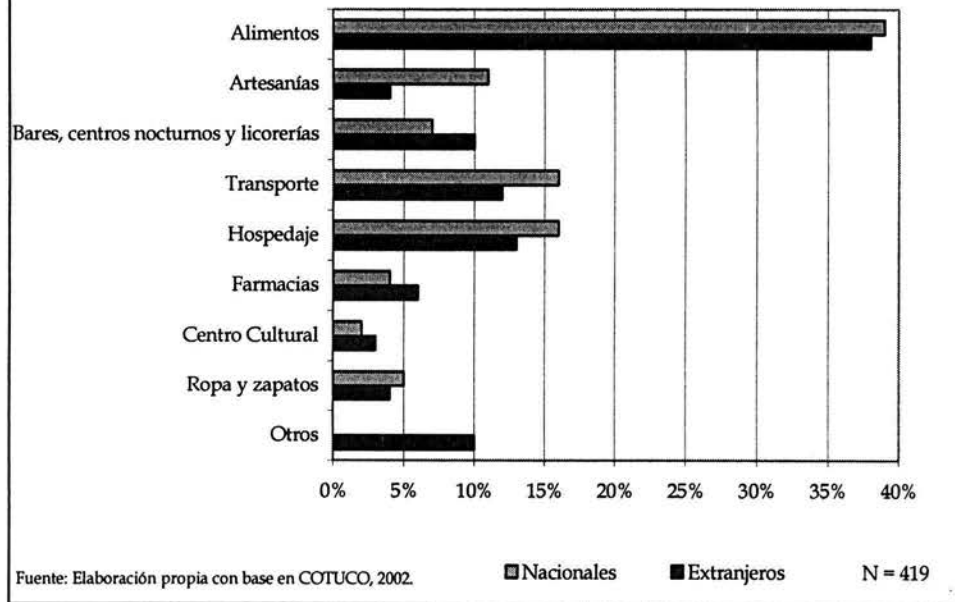
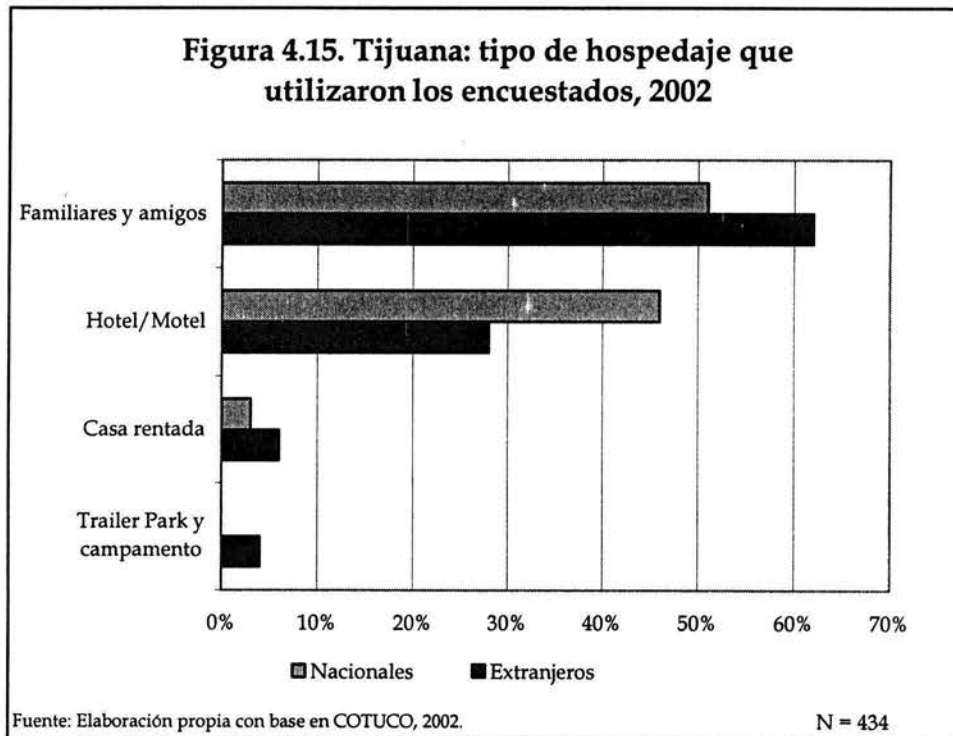


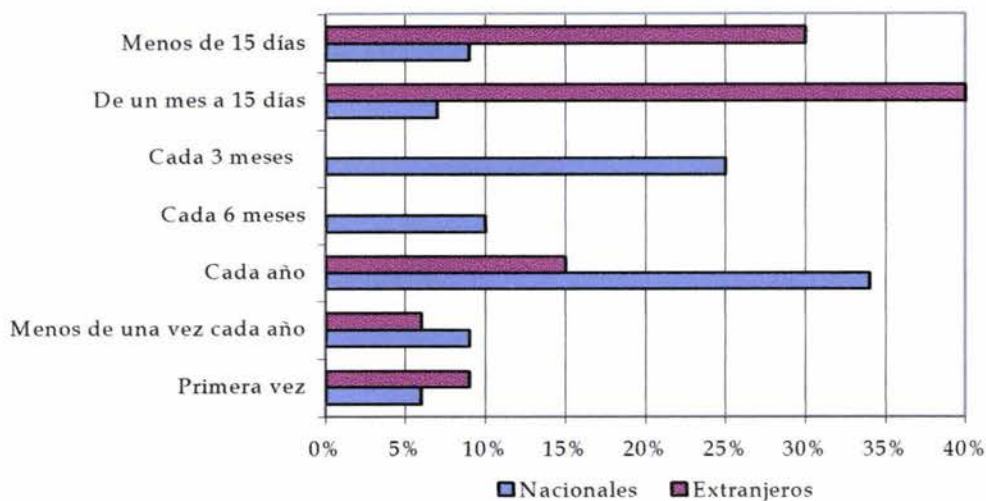
Figura 4.15. Tijuana: tipo de hospedaje que utilizaron los encuestados, 2002



Finalmente, al considerar la evaluación que los encuestados hicieron acerca de la localidad de cuatro aspectos involucrados con la actividad turística: la hospitalidad, los precios, los servicios y los productos, se obtuvo el siguiente balance:

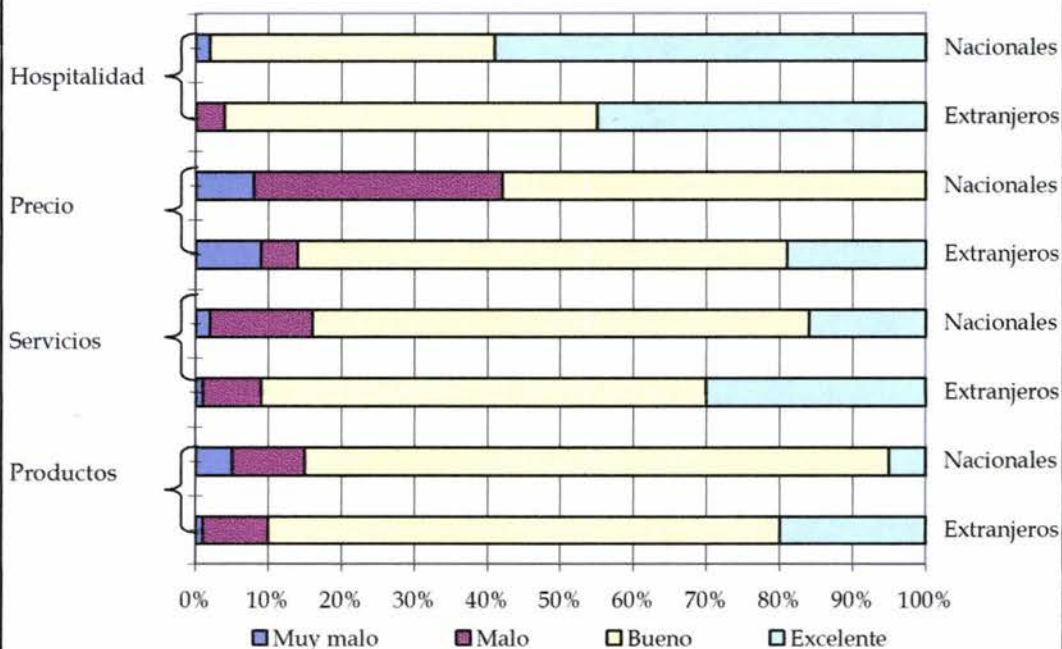
- A. Si bien, en general las valoraciones de los cuatro aspectos fueron positivas, lo cierto es que, la calificación de excelente, a excepción de la hospitalidad, no se otorgó de manera decidida; esto hace pensar que no hay una preparación humana ni un soporte de infraestructura adecuado para sostener una actividad turística de alto nivel en la localidad.
- B. El único aspecto, de los cuatro sometidos a la opinión de los encuestados, en el que Tijuana tuvo la valoración más baja, fue el precio de los bienes o servicios consumidos, aunque, para los turistas nacionales por su menor capacidad de consumo, ello fue de mayor preocupación (Figura 4.17).
- C. En esta evaluación, cabe señalar que la autoridad turística no incorporó al cuestionario una pregunta para que los encuestados valoraran algunos problemas frecuentes a las zonas turísticas; sin embargo, en el apartado de “observaciones” muchos turistas comentaron algunos de los grandes problemas de Tijuana, también propios de otras ciudades fronterizas, explicados a continuación.

Figura 4.16. Tijuana: frecuencia de las vistas de los encuestados, 2002



Fuente: Elaboración propia con base en COTUCO, 2002.

Figura 4.17. Tijuana: opinión de los encuestados, 2002



Fuente: Elaboración propia con base en COTUCO, 2002.

El primer problema señalado por los turistas fue el relativo a la extraordinaria espera que tienen que hacer en el puente fronterizo, antes de poder pasar a Estados Unidos, tanto los transeúntes (en promedio una hora) como los automovilistas (hasta tres horas). Otra de las grandes inquietudes fue la inseguridad pública, sobre la que algunos de los turistas manifestaron una sensación de incomodidad al respecto; desde luego, el reconocimiento internacional de que Tijuana tiene una intensa actividad relacionada con el tráfico de drogas y de personas, al mismo tiempo que se sabe de múltiples crímenes, contribuye a tal valoración. Asimismo, la falta de capacitación en el personal que tiene trato con los turistas (policías o quienes proporcionan información turística), es otro aspecto que demerita esta actividad en Tijuana.

El flujo de bienes para la actividad turística de Tijuana está condicionado a los insumos que demandan los complejos turísticos, los cuales, a su vez, buscan satisfacer a sus clientes. La información que a este respecto se obtuvo, se indagó en entrevistas realizadas con los encargados de compras de cuatro de los hoteles más reconocidos en el ámbito turístico de Tijuana: dos pertenecientes a cadenas hoteleras y dos independientes y de capital local. Con esta información, se pudo distinguir los vínculos comerciales que establecen estas empresas, en relación con la adquisición de productos y el alquiler de servicios, hacia el exterior de Tijuana.

Las cadenas hoteleras Camino Real y Lucerna, por ser corporativos, que se administran desde un lugar central, en este caso desde la Ciudad de México, adquieren sus insumos más especializados, a través del corporativo, en la capital del país, aunque, los productos perecederos, vinos y de limpieza, se adquieren en el mercado local (Cuadro 4.1).

Por su parte, los hoteles independientes adquieren sus insumos por propia cuenta y, en ese sentido, hay mayor variedad en cuanto al origen de sus proveedores que pueden surtirles desde Aguascalientes, Jalisco, Sinaloa, Quintana Roo e, incluso, San Diego o España. Que existan distintos orígenes de un mismo producto, se explica porque la intención, más que lograr un abastecimiento con estándares de calidad específicos, en cantidades variables y en tiempos precisos (como es el objetivo de las cadenas hoteleras), es obtener el mejor precio.

Cuadro 4.1. Origen de los insumos, según empresas hoteleras de Tijuana, 2003

Producto	Cadenas hoteleras		Hoteles independientes	
	Camino Real 5 estrellas	Lucerna 5 estrellas	Palacio Azteca 5 estrellas	Hacienda del Río 4 estrellas
Blancos	Corporativo	San Diego	San Diego	Tijuana/Guadalajara/ San Diego
Impresos	Corporativo	Aguascalientes	Sinaloa	Tijuana
Amenidades	Corporativo	San Diego	Guadalajara	Tijuana
Perecederos	Tijuana	San Diego	Tijuana	Tijuana
Lácteos y carnes frías	Tijuana	San Diego/Tijuana	Tijuana	Tijuana
Vinos	San Diego	San Diego/Tijuana	Tijuana	Tijuana
Productos de limpieza	Tijuana	Guadalajara	Tijuana	San Diego
Chapas electrónicas y llaves	Corporativo	Ciudad de México	España	Cancún
Muebles	Corporativo/ Tijuana	Tijuana	Tijuana	Aguascalientes
Lavandería	Interno	Interna	Tijuana	Tijuana

Fuente: Elaboración propia con base en investigación directa, 2003.

Conviene señalar que los hoteleros de Tijuana manifestaron que muchas de sus compras las realizaron con “abastecedores locales” y, en este sentido, ellos consideran que se trata de compras con los empresarios mexicanos; sin embargo, al explorar el origen de las compañías surtidoras, se identificó que, en algunos

casos, se trataba de representaciones de cadenas comerciales estadounidenses o franquicias establecidas en Tijuana.

De acuerdo con la dinámica turística de Tijuana, observada durante el presente capítulo, destaca que su funcionamiento se basa primordialmente en los visitantes provenientes de Estados Unidos; aunque, en ella también participa un número considerable de visitantes nacionales. Esto se soporta en los canales de comunicación establecidos de Tijuana con el exterior.

Notas

¹ La zona carece de sendas peatonales adecuadas.

² La excepción a lo anterior son las líneas aéreas de Allegro que tiene vuelos a Las Vegas; Mexicana y Aerocalifornia con vuelos a Los Ángeles y Mexicana y Cubana de Aviación con vuelos a La Habana.

³ El Comité de Turismo y Convenciones de la ciudad de Tijuana cada año aplica encuestas a turistas nacionales y extranjeros, con el fin de conocer el perfil del turista que visita la ciudad. Con base en una encuesta, conformada por 434 cuestionarios, con se aplicó durante 2002, se pueden conocer las características principales de los turistas nacionales y extranjeros que arribaron a Tijuana en los meses de abril y junio.

CONCLUSIONES

El turismo en México ha crecido en forma acelerada durante la segunda mitad del siglo XX, de modo que, en la actualidad, ha llegado a ocupar un lugar protagónico en la economía nacional. Si bien, tal aseveración es cierta para la frontera norte mexicana, también lo es el hecho de que la colindancia con Estados Unidos, principal emisor de turistas a nivel mundial, ha significado su principal fuente de turismo receptivo y la base de la dinámica turística regional, en lugares como Tijuana.

En este sentido, el turismo de la región fronteriza ha estado sujeto a las relaciones económicas, políticas y sociales establecidas con los pares urbanos estadounidenses, lo que imprime una dinámica peculiar a este ámbito. Los flujos turísticos hacia ambos lados de la frontera son un ejemplo de la integración

socioeconómica entre ambas partes, en donde todo incremento o disminución de los mismos se refleja en el crecimiento económico regional.

La organización territorial de la actividad turística de Tijuana depende, en gran medida, del desarrollo económico del estado de California, lo que se evidencia en la estructura urbana y los vínculos que Tijuana sostiene con el exterior. El turismo de Tijuana se organiza en torno a actividades relacionadas con los negocios a puertas cerradas, en donde existe gran permisividad en el consumo de alcohol, la realización de apuestas y el ejercicio de la prostitución. Si bien, los comercios y servicios ligados con estas ofertas también existen en California, la accesibilidad física y económica son potentes factores que posibilitan el desplazamiento constante de visitantes extranjeros a Tijuana

La formación de áreas turísticas es un fenómeno relacionado con las prácticas que realizan los prestadores y demandantes de bienes y servicios: es un proceso que tiene que ver con las actividades que se llevan a cabo en cada espacio urbano local. En este sentido, en Tijuana se distinguen cuatro zonas turísticas: Centro, Norte, Río Tijuana y Boulevard Agua Caliente, cuyas diferencias entre sí radican en: el grado de especialización de la oferta de bienes y servicios, y en el tipo y poder adquisitivo de turistas que llegan a cada una. Así, la hipótesis planteada en la presente investigación se confirma.

La llegada de turistas a Tijuana ha influido, en forma decisiva, en la transformación de su proceso de urbanización; se ha gestado una competencia por disponer de predios en las zonas turísticas y, al mismo tiempo, se han hecho más evidentes las diferencias en infraestructura urbana, entre los terrenos dedicados al turismo y los que no tienen tal orientación. Así, se generan procesos de segregación espacial, toda vez que no todos los usuarios pueden aprovechar, en la misma forma, los beneficios ofrecidos por la ciudad; el caso extremo es la desigualdad observada entre los servicios urbanos y de equipamiento de infraestructura en las áreas turísticas, y de los que disponen otras zonas.

Con base en la evolución histórica de la actividad turística de Tijuana, es posible aseverar que en el futuro inmediato, las relaciones de dependencia que ha establecido el turismo de Tijuana con California, no sufrirán cambios significativos. Al mismo tiempo, Tijuana se erigirá como uno de los espacios más destacados en el conjunto de núcleos turísticos de México, gracias al extraordinario movimiento transfronterizo ahí generado.



FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFIA

FUENTES DE CONSULTA

- Alonso, J. (2001) *Geografía Turística: General y de España*. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Bassols, A. (1999) *La gran Frontera*. Tomo I. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. México.
- Bringas, N. (1991) *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana*. El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, Baja California, México.
- (1992) "Población flotante: Tipología de visitantes en Tijuana". Estudios fronterizos. *Revista del Instituto de Investigaciones Sociales*. N. Pp. 135-165
- (1993) *Uso del suelo y configuración turística del corredor Tijuana-Ensenada. Urbanización y servicios*. Vol. I Colegio de la Frontera Norte, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Pp. 69-95

- (1995) Turismo municipio y desarrollo regional en la frontera norte: el caso del corredor turístico Tijuana-Ensenada. *El municipio y el desarrollo social de la frontera norte*. Pp. 93-129
- (1995a) *La ciudad compartida. Desarrollo urbano comercio y turismo en la región Tijuana- San Diego*. Universidad de Guadalajara, El Colegio de la Frontera Norte.
- (1997) *El turismo fronterizo en el marco de la integración comercial con Norteamérica. Desarrollo fronterizo y globalización*. Universidad de Sonora. Pp. 59-76
- (1997a) Las dos caras del turismo: beneficios económicos contra costos socio-culturales y ecológicos: el caso de México. *FERMENTUM, Revista venezolana de sociología y antropología*. Año 7 No. 18. Mérida, Venezuela. Pp. 89-116
- (1999) Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del pacífico mexicano. El Colegio de Sonora. Sonora, México.
- (1999a) Políticas de desarrollo turístico en dos zonas del Pacífico mexicano. *Región y Sociedad* Vol. XI No. 17 Enero-Junio. Colegio de Sonora. Pp. 3- 52
- (2000) El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía Sociedad y Territorio*, Vol. II, núm. 7 El Colegio Mexiquense. Pp.373-403
- (2002) Baja California and California's Merging Tourist Corridors: The Influence of Mexican Government Policies. *Journal of Environment & Development*, vol. 11, No. 3. Pp. 267-296
- (2002a) Algunos aspectos sobre el turismo en la frontera norte de México. Por las fronteras del norte. *Una aproximación cultural a la frontera norte de México*. El Colegio de la frontera Norte. Aceptado para su publicación.

- Cabral, M. (1998) *La soberanía y el fideicomiso de inmuebles para extranjeros en Baja California Sur*. Universidad Autónoma de Baja California Sur. La Paz, BCS.
- Callizo, J. (1991) *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Síntesis. Madrid.
- Ceballos, M. (2001) *Encuentro en la frontera: mexicanos y norteamericanos en un espacio común*. El Colegio de México, Colegio de la Frontera Norte, Universidad de Tamaulipas. México.
- Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (COTUCO) (2001) *Directorio para la realización de eventos y convenciones*. Ayuntamiento Tijuana, Baja California. México.
- (2002) *Manual para Convenciones y Eventos Especiales*. H. Ayuntamiento Tijuana, Tijuana.
- Díaz, J. (1993) *Geografía del turismo*. Síntesis. Madrid.
- Fernández, L. (1985) *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Alianza. Madrid.
- Furio, (1996) *Economía turismo y medio ambiente*. Universidad de Valencia. España.
- Gallegos, O. (2002) *Organización territorial del turismo en Ciudad Juárez, Chihuahua, 2000-2002*. Tesis de licenciatura. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. México.
- García, A. (1970) "Clasificación de los recursos turísticos" *Boletín*. Núm 3. Instituto de Geografía, UNAM. Pp.211-214.
- (1970a) "El campo de la Geografía del Turismo" *Boletín*. Núm 3. Instituto de Geografía, UNAM. Pp. 61-65.
- (1979) *Cancún: turismo y subdesarrollo regional*. Serie Cuadernos. Instituto de Geografía, UNAM. México.
- García, E. (1988) *Modificaciones al sistema de clasificación climática de Köppen (para adaptarlo a las condiciones de la República Mexicana)*. México.

- Gasca, J. (2000) *Organización e integración del espacio binacional: el caso de la frontera México-Estados Unidos*. Tesis de doctorado en Geografía. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. México.
- Hiernaux, D (1989) "El espacio reticular del turismo en México" *Geografía y desarrollo*. Año 2. Vol.2. Núm. 3. México. Pp. 31-39.
- (1989a) "La dimensión de las actividades turísticas" *Teoría y praxis del espacio turístico*. Universidad Autónoma metropolitana. México. Pp. 109-119.
- IMPLAN (2002) "Programa del Desarrollo urbano de centro de población Tijuana, B.C. 2002-2025". *Periódico Oficial del estado de Baja California*. Tomo CIX. Mexicali, México.
- IMPLAN (2003) *Periódico Oficial del estado de Baja California*. Tomo CX Mexicali, México.
- INEGI (1999) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Tijuana, Baja California. Aguascalientes, México.
- (1999a) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Mexicali, Baja California. Aguascalientes, México.
- (1999b) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Nogales, Sonora. Aguascalientes, México.
- (1999c) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Piedras Negras, Coahuila. Aguascalientes, México.
- (1999d) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Reynosa, Baja California. Aguascalientes, México.
- (1999e) *Cuaderno Estadístico Municipal*. Matamoros, Baja California. Aguascalientes, México.
- (2000) "Tijuana-Ensenada, México". *Guía turística urbana*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Aguascalientes, México.

- (2001) *Síntesis de información geográfica del estado de Baja California*. Aguascalientes, México.
- Jiménez, A. (1993) *Turismo: estructura y desarrollo: la estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México: desarrollo histórico, 1945-1990*. Mc. Graw-Hill. México.
- Johnston, (2000) *Diccionario de Geografía Humana*. Akal. España.
- Kostrowiki, J. (1986) *Un concepto clave: organización espacial*. Versión al español de Elizabeth Holt. Instituto de Geografía, UNAM.
- Lozato, J. (1990) *Geografía del turismo*. Masson. Barcelona.
- López, A. (2001) *Análisis de la organización territorial del turismo de playa en México, 1970-1996. El caso de Los Cabos, BCS*. Tesis doctoral. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. México.
- Martínez, O. (1982) *Ciudad Juárez: el auge de una ciudad fronteriza a partir de 1848*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Méndez, R. (1997) *Geografía económica: la lógica espacial del capitalismo global*. Ariel. Barcelona.
- Propin, Sánchez, López (1997) "Situación geográfico-económica del turismo en el extremo norte de América Latina: el corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada". *Revista de Geografía Norte Grande*. Universidad Católica de Chile, Santiago. Pp. 257-261.
- Propin, E., Sánchez, A. (1998) "Tipología de los destinos turísticos de México a fines del siglo XX". *Geographicalia*. Universidad de Zaragoza, Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Zaragoza. Pp. 147-157.
- Rand McNally (1999) *Answer Atlas*. Rand McNally company. USA.
- Sánchez, A., Pérez, G, (1999) Territorio y economía en el México árido al terminar el siglo XX. *Actas*. Tomo 22. Pp. 43-63

Secretaría de Turismo de Baja California (SECTUR) (2000) *Programa Integral de desarrollo turístico para Baja California (2002-2007)*. Gobierno del estado de Baja California. México.

Vera, J., et.al. (1997) *Análisis territorial del turismo*. Ariel. Barcelona.

Vérduzco, B., Bringas, N., Valenzuela, B. (1995) *La ciudad compartida. Desarrollo urbano comercio y turismo en la región Tijuana- San Diego*. Universidad de Guadalajara, El Colegio de la Frontera Norte.

Cartografía

Atlas de Planeación del Área Fronteriza Internacional Tijuana-San Diego (2000)
Uso del Suelo de Puerta México-San Ysidro. Escala 1: 10 000

IMPLAN (Instituto Municipal de Planeación) (2002) Zonas homogéneas de imagen urbana (hitos) Escala 1:25 000. Tijuana.

IMPLAN (2002) Concentración de vendedores ambulantes en la zona centro. Escala 1:10 000. Tijuana.

IMPLAN (2002) Delegación zona centro (uso de suelo). Escala 1:50 000. Tijuana.

IMPLAN (2002) Valores de suelo. Escala 1:25 000. Tijuana.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes (1999) Baja California: mapa de comunicaciones y transportes. Escala 1: 530 000. México.

Global Graphics, (2002) Detailed Street map of San Diego. Escala 1: 45 000. California, USA.

Sitios de Internet

[1] <http://www.implan.org.mx>

[2] <http://www.aeropuertosgap.com.mx>

[3] <http://www-rohan.sdsu.edu/~irsc/atlas/text/forwdspa.html>

[4] <http://www.tijuana.gob.mx>