



12
24

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFÍA

LA EXPANSIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL HACIA LA
PERIFERIA URBANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO. EL CASO DE LA
DELEGACIÓN DE TLALPAN



T E S I S
QUE PRESENTA:
MA. ISABEL CRUZ LOPEZ
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN GEOGRAFÍA

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFÍA

FEBRERO 1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

A MIS PADRES

Por el gran apoyo que he recibido de ellos
y por que me han dejado ser niña, adolescente
y adulta.

A mis hermanos:

CHUY, LUPITA, CONCHIS Y TIA SEBAS

Por su incomparable ayuda.

AGRADEZCO

A mi asesor Dr. Guillermo Aguilar, por su tiempo y ayuda que me brindó para el desarrollo del presente trabajo.

A los sinodales: Dr. Ma. Teresa Gutiérrez de Mcgregor, Dra. Inés Ortiz, Dr. Luis Chías y Mtra. Irma Escamilla, quienes revisaron el trabajo y lo enriquecieron.

A mis amigos: Virginia, Enrique y Raúl, quienes me proporcionaron su ayuda desinteresada.

A todos ellos GRACIAS

INDICE GENERAL

INTRODUCCION	1
CAPITULO I Reestructuración del espacio metropolitano y actividad comercial	4
I.1 Estructura urbana y actividad comercial	3
1.1 Estructura urbana	3
1.2 Actividad comercial	15
I.2 Proceso de concentración y desconcentración comercial	17
I.3 El Patrón espacial del uso del suelo comercial	24
CAPITULO II. Patrón espacial de la actividad comercial en la ciudad de México	35
II.1 Crecimiento de la Ciudad de México y actividad comercial	35
II.2 Distribución espacial de la actividad comercial en la Ciudad de México	49
II.3 Políticas urbanas del uso del suelo y patrón espacial de la actividad comercial en la Ciudad de México	62
3.1 Políticas urbanas del uso del suelo	62
3.2 Patrón espacial de la actividad comercial en la ciudad de México.	67
CAPITULO III La expansión de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan	73
III.1 Patrón de distribución de la población en la delegación de Tlalpan	73
1.1 Evolución y distribución de la población	73
1.2 Distribución de los niveles socioeconómicos	83
III.2 Crecimiento de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan	91
2.1 Incremento de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan	91
2.1 Tipos de comercio predominantes	96
CAPITULO IV Impacto de la actividad comercial en el uso del suelo	107
IV.1 Estructura espacial de la actividad comercial	107
1.1 Distribución espacial de la actividad comercial	107
1.2 Formación y jerarquía de las áreas comerciales	118
IV.2 Tendencia de cambio de uso del suelo	128
2.1 Situación actual	128
2.1 Políticas actuales	131
CONCLUSIONES	135
BIBLIOGRAFIA	141

INDICE DE MAPAS

II.1 Zona metropolitana de la Ciudad de México 1900-1990	40
II.2 Zonas de concentración comercial en la Ciudad de México	42
II.3 Distribución de la actividad comercial en la Ciudad de México 1994	51
II.4 Incremento de establecimientos comerciales en la Ciudad de México 1986-1994.	60
II.5 Localización de centros urbanos y metropolitanos en la zona metropolitana de la Ciudad de México	65
II.6 Patrón espacial de la actividad comercial	68
III.1 Delegación de Tlalpan	79
III.2 Distribución de la población 1990	81
III.3 Niveles socioeconómicos	86
III.4 Demanda de comercio	88
III.5 Areas de concentración comercial 1972	95
III.6 Distribución del comercio 1994	103
IV.1 Indice de localización comercial	110
IV.2 Distribución de comercios grandes	114
IV.3 Areas comerciales	117
IV.4 Estructura espacial del comercio	127

INDICE DE TABLAS

II.1 Crecimiento de la Ciudad de México 1980 -1990	38
II.2 Establecimientos comerciales en la zona metropolitana de la Ciudad de México por contornos de crecimiento	50
II.3 Número de establecimientos comerciales en la zona metropolitana de la Ciudad de México.	52
II.4 Tasas de crecimiento poblacional y de establecimientos comerciales por contornos.	61
II.5 Estructura urbana	64
III.1 Crecimiento de la población en Tlalpan	75
III.2a Distribución de la actividades secundarias y terciarias en la delegación de Tlalpan	92
III.2b Número de establecimientos comerciales en la delegación de Tlalpan	92
III.3 Incremento porcentual del número de establecimientos comerciales	93
III.4 Comercios en la delegación de Tlalpan en 1972	97

III.5 Comercios en la delegación e Tlalpan en 1988	99
IV.1 Actividades secundarias y terciarias de la delegación de Tlalpan	112
IV.2 Definición de las áreas comerciales	115
IV.3 Niveles de concentración del comercio	116
IV.4 Areas comerciales en la delegación de Tlalpan	118
IV.5 Sectores comerciales en la delegación de Tlalpan	118
IV.6 Clasificación de comercios en la delegación de Tlalpan	120
IV.7 Resultados generales de campo	121

INDICE DE GRAFICAS

II.1 Crecimiento de la Ciudad de México	38
II.2 Números de establecimientos comerciales	56
II.3 Incremento del número de establecimientos	59
III.1 Crecimiento de la población en Tlalpan	75
IV.1 Distribución de los tipos de comercio	121

INDICE DE FIGURAS

I.1a Teoría de los círculos concéntricos	6
I.1b Teoría de sector	6
I.1c Teoría de núcleos múltiples	6
I.2 Modelo de la estructura de la ciudad Latinoamericana	10
I.3a Migración provincia-centro-periferia	11
I.3b Migración provincia-anillo intermedio- periferia	12
I.4 Fases de estructuración de la ciudad	13
I.5 Tipo de áreas comerciales en la metrópoli.	27
II.1 Principales localidades conectadas con la ciudad de Tenochtitlan	35

INTRODUCCION

El crecimiento que ha presentado la Ciudad de México, principalmente a partir de la década de 1940, ha originado una expansión urbana del centro a la periferia, no solo de la población, sino también de las actividades productivas que en ella se realizan.

La dinámica de la Ciudad de México ha sido muy acelerada, tanto que, en periodos cortos los cambios han sido muy rápidos. Esta dinámica se ha hecho presente a todo lo largo y ancho de la ciudad y un ejemplo de ello se puede constatar en la Delegación de Tlalpan, donde a partir de la década de 1960, recibe una gran cantidad de población, como respuesta del mismo crecimiento de la Ciudad de México, trayendo consigo el surgimiento de las actividades de comercio, con el objeto de cubrir la demanda generada, proceso que se repite en toda la ciudad, principalmente en la periferia. La expansión del comercio en la ciudad, ha originado cambios en su estructura urbana, al darse el establecimiento de nuevos comercios desde los más pequeños hasta los grandes centros comerciales, de esta forma el espacio de la ciudad es modificado.

El comercio al salir del centro, que era su lugar de origen, busca localizaciones con características definidas, en primer lugar que tenga una accesibilidad al mayor número de clientes, o donde ya existen actividades similares, de esta manera se conforman áreas comerciales; con el tiempo van apareciendo comercios de alta jerarquía que desplazan al pequeño comercio, provocando la competencia por el espacio.

Dentro de esta dinámica, Tlalpan es una de las delegaciones que durante la última década (1980-1990), ha presentado un incremento en la actividad de comercio, en respuesta al proceso de crecimiento de la ciudad de México, generándose zonas de concentración de dichas actividades.

En un inicio el comercio era principalmente de tipo local, sus radios de acción estaban enfocados a la población residente del lugar o a las colonias vecinas, actualmente los comercios y los servicios se han multiplicado y provocan una sucesión de usos de suelo. Asimismo, la intensificación de la ocupación del suelo llevado a cabo, hace que se recurra al crecimiento vertical, entre otros cambios, por que existe la competencia y escasez de las mejores localizaciones. Provocando una redistribución geográfica en Tlalpan, lo que antes eran espacios destinados para el uso habitacional

ahora se destinan para el comercio. Todo esto nos lleva a considerar que los cambios en la Delegación obedecen a una dinámica general de la Ciudad.

A partir de estos elementos surge el interés de analizar este proceso, en un espacio representativo de la periferia urbana de la Ciudad de México. Como es la delegación de Tlalpan; siendo esta la de mayor superficie, ser considerada como urbano - rural, y presentar el mayor incremento de establecimientos a nivel Distrito Federal. El objetivo general del presente trabajo es el siguiente:

Analizar el proceso de expansión comercial en la delegación de Tlalpan para determinar su modalidad económica y espacial, como área representativa de la periferia urbana, de la Ciudad de México.

Derivándose los siguientes objetivos particulares:

-Identificar las tendencias de crecimiento de la ciudad de México y su relación con la expansión de las actividades comerciales.

-Analizar la distribución de la población y los niveles socioeconómicos para determinar su influencia en el proceso de localización de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan.

-Analizar la distribución espacial de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan a fin de identificar el patrón espacial y sectorial del comercio, y su impacto en uso del suelo.

Planteándose las siguientes hipótesis:

La distribución de la población y los niveles socioeconómicos influyen en la localización y distribución de los tipos de comercio establecidos, dando como resultado un patrón espacial característico, que obedece principalmente a la demanda.

El Estado participa indirectamente como regulador del uso del suelo, dando facilidades a la introducción de capital, favoreciendo el establecimiento de zonas comerciales como las denominadas plazas, lo cual modifica el espacio y favorece la desaparición del pequeño comercio.

Para poder cumplir con los objetivos establecidos, se realizó un análisis de las teorías que explican la estructura urbana y el uso del suelo comercial, considerando los patrones espaciales del comercio, estas teorías marcan el crecimiento de la ciudad a partir de un centro principal, creciendo hacia el exterior, estableciéndose usos del suelo en las diversas zonas definidas. Con este crecimiento se van generando diferentes patrones espaciales del comercio.

Este análisis constituye la base teórica para la explicación de las tendencias de crecimiento poblacional y de la actividad comercial en la Ciudad de México. Estableciendo que la ciudad ha presentado diferentes anillos o contornos de crecimiento en los cuales participan las entidades del Distrito Federal y municipios del Estado de México; no hay que olvidar que a cada época le corresponde una expresión urbana como resultado de un proceso económico y político determinado (Chías 1990). Asimismo se determinó la distribución y dinámica de la actividad comercial, que se ha caracterizado por una expansión hacia la periferia urbana. De tal manera que actualmente las zonas que conforman la periferia, presenta un mayor incremento del número de establecimiento comerciales.

Un ejemplo de esta dinámica es la delegación de Tlalpan que ha sido considerada como una zona periférica de la ciudad, determinando que la evolución y distribución de la población, junto con los niveles socioeconómicos, dan como resultado la demanda del comercio, que será la pauta para el análisis de la situación espacial de la actividad comercial en la delegación, definiendo el impacto en el uso del suelo y en la estructura urbana que la compone.

I. RESTRUCTURACION DEL ESPACIO METROPOLITANO Y ACTIVIDAD COMERCIAL

I.1 ESTRUCTURA URBANA Y ACTIVIDAD COMERCIAL

1.1 Estructura urbana

El crecimiento y la expansión de las ciudades, ha provocado cambios en su espacio original y ha traído como consecuencia su reestructuración urbana; dicho proceso es común al desarrollo urbano y es sin duda un proceso dinámico, que se presenta en todas las ciudades. Para poder entender la reestructuración urbana es importante reconocer los elementos que forman y que dan como resultado el espacio físico de la ciudad, es decir la estructura urbana, la cual, está constituida por cuatro elementos principales:

- 1) Las actividades que realiza la población en la ciudad, como las productivas (industria), de intercambio (comercio), de recreación, de administración, de habitación, etcétera.

- 2) Los espacios construidos, en los cuales se desarrollan las actividades realizadas por la población, (en algunos casos se denominan equipamientos), que dan como resultado los diferentes usos del suelo.

- 3) Las comunicaciones que se generan entre los individuos, así como las originadas por las actividades diarias de la población.

- 4) Y finalmente las redes de infraestructura, en las cuales fluyen las comunicaciones, y servicios para la población; como el abastecimiento del agua, energía, etcétera.

La expresión física de las relaciones de estos cuatro elementos, generan la estructura urbana específica de cada ciudad. La cual estará en función del comportamiento de los diferentes factores que intervienen en la formación de la ciudad, y que dan como resultado una funcionalidad específica de la estructura urbana. Dichos factores pueden ser locacionales, sociales, económicos, políticos y culturales, que se relacionan entre sí y dependerán del momento en el cual atravesase la ciudad, de esta forma la estructura urbana estará sujeta a modificaciones o extensiones en su arreglo general.

La explicación de la estructura urbana y las diferentes modificaciones que presenta, se han realizado a base de diferentes modelos y teorías; una de las teorías aceptadas para dar una explicación sobre la estructura urbana, ha sido a partir de los planteamientos de los teóricos de la ecología urbana, en específico las ideas de Burgess (1923), quien desarrolla la teoría de los círculos concéntricos, esta teoría establece que la ciudad crece hacia el exterior, formando anillos concéntricos a partir de un centro comercial. Como lo menciona Carter (1979:186) este modelo es la base para la explicación de la mayoría de consideraciones de la utilización del suelo.

"La teoría establece que el proceso particular de la expansión de la ciudad puede ser quizá mejor ilustrado por una serie de círculos concéntricos, numerados para designar las zonas sucesivas de extensión" Burgess (1925) citado por Carter (1979:186).

Para la explicación del modelo, el autor define 5 círculos principales de actividades que se desarrollan en una ciudad (véase figura I. 1a):

1.- Distrito central de negocios, denominado CBD (Central bussines district) en el cual se concentran las actividades de comercios, oficinas y de negocios en general y forma el centro de la ciudad.

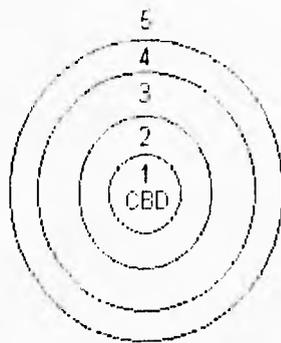
2.- Zona de transición, en la cual las áreas de vivienda pueden ser o son sustituidas por actividades de oficina o pequeñas industrias. En estas zonas pueden conservarse áreas de vivienda para la población de escasos recursos.

3.- Zona de vivienda de obreros, en la cual se localiza las viviendas de los trabajadores.

4.- Zonas de vivienda de ingresos altos, área en la cual predominará las viviendas nuevas y espaciosas, ocupadas generalmente por población burguesa o de altos niveles socio-económicos.

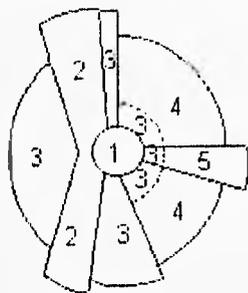
5.-Zona dormitorio, son áreas en las cuales reside la población que viaja diariamente a la ciudad para trabajar, dejando durante el día las zonas vacías para regresar por la noche.

FIG.1.1a TEORIA DE CIRCULOS CONCENTRICOS (BURGUES)



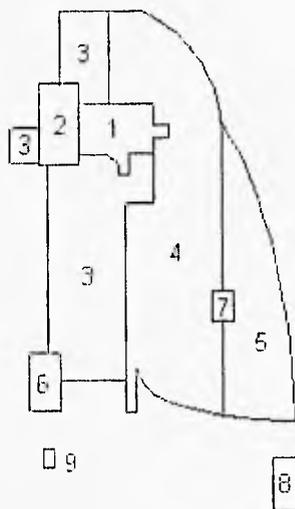
- 1.- Distrito central de negocios (CBD)
- 2.- Zona de transición
- 3.- Zona de vivienda de obreros
- 4.- Zona de vivienda de ingresos altos
- 5.- Zona dormitorio

FIG.1.1b TEORIA DE SECTOR (H HOYT)



- 1.- Distrito central de negocios (CBD)
- 2.- Mayoristas e industria ligera
- 3.- Zona residencial de clase baja
- 4.- Zona residencial de clase media
- 5.- Zona residencial de clase alta

FIG.1.1c TEORIA DE NUCLEOS MULTIPLES (HARRIS Y ULLMAN)



- 1,2,3,4 Y 5son iguales al modelo anterior
- 6.- Industria pesada
- 7.-Distritos periféricos de negocios
- 8.-Suburbios residenciales
- 9.-Suburbios industriales

FUENTE: Carter (1981)

A partir de este modelo se han originado agregaciones y críticas de diversos autores con el objeto de complementarlo, pero siempre conservando la base, estas agregaciones han traído como consecuencia polémicas y divergencias de diferentes autores, de tal forma que se han generado nuevos planteamientos y teorías para explicar la estructura urbana.

Un primera crítica fue que dentro del modelo no se consideran los cambios en la línea vertical, es decir los diferentes usos que son asignados a cada piso de los edificios; existe propuestas de diferentes autores que establecen que la parte más accesible de la ciudad es la parte baja de los edificios, por lo tanto, existe mayor competencia, así mismo establecen que hay una similitud entre las variaciones del uso del suelo hacia arriba al igual que del centro a la periferia.

Teoría de los sectores (publicada en 1939) Hoyt introduce el concepto de sector en el cual propone el crecimiento de la ciudad en sectores, introduciendo el elemento de dirección, conformando sectores de actividad, estos, se extienden en forma continua a medida que la ciudad crece, utilizando principalmente las vías de acceso y comunicación interna, siendo estos los principales ejes de organización. (véase figura 1.1b). Carter agrega, que al mismo tiempo, algunos usos del suelo se atraen unos a otros, como el traslado de residencia de calidad a centros distantes de las comerciales, mientras otros se repelen.

El planteamiento de Hoyt altera los círculos concéntricos propuestos por la teoría de Burgess, principalmente aquellas áreas que sustentan las actividades económicas, conservando al uso del suelo habitacional en forma concéntrica.

El modelo puede ayudar a explicar la expansión de la actividad comercial, ya que ésta tiende a crecer sobre las principales vías de transporte dentro de la ciudad, que es el principal elemento utilizado en la teoría, sin embargo, deja sin tomar en cuenta los diferentes núcleos de población que pudieran haber existido con anterioridad, en los cuales se manifiesta la actividad comercial, y que genera un proceso de suburbanización, como en el caso de la Ciudad de México.

Harris y E. Ullman citados por Carter (1981), desarrollan el modelo de los núcleos, proponiendo que la ciudad crece a partir de diferentes núcleos dispersos en la ciudad,

donde cada uno tiene diferentes usos del suelo, como consecuencia de su desarrollo histórico particular (véase figura I. 1c). Influyendo cuatro factores en dicho proceso:

- Se requieren condiciones especiales para algunas actividades, por ejemplo el comercio requiere de accesibilidad.

- Existe agrupación de actividades, teniendo una ventaja que es la proximidad; por su asociación, este factor beneficia principalmente al comercio

- Hay actividades que repelen.

- Hay actividades que por su baja capacidad económica, no pueden localizarse en los sitios deseados.

Este modelo modifica el planteamiento de los círculos concéntricos, conservando al CBD en la parte central y maneja una mayor heterogeneidad en la localización de los diferentes usos del suelo.

Para el caso de la Ciudad de México, no solo existen núcleos con alguna actividad específica, sino que al extenderse la ciudad se incluyeron localidades en las cuales existían diversas actividades económica y no una específica.

Por otra parte, los autores proponen que la distribución sectorial demuestra que las ciudades disponen de múltiples centros de atracción, relacionados entre si por los ejes que constituyen los transportes.

Los modelos teóricos establecidos con anterioridad, son los que han influido en la discusión de la estructura urbana, sin embargo se refieren a las condiciones específicas de las ciudades Norteamericanas, tratando de explicar la realidad de estas ciudades en un tiempo determinado.

La estructura urbana de las ciudades latinoamericanas.- Las ideas parten de que las ciudades latinoamericanas tuvieron un origen común, en general fueron asentamientos prehispánicos que posteriormente fueron modificados y adaptados por los españoles en la época colonial, o surgieron durante la conquista, lo cual las lleva a presentar una estructura semejante.

Griffin y Ford (1980) mencionan que las ciudades edificadas por influencia española conservaron algunas condiciones de las ciudades indígenas, las de influencia portuguesa fueron edificadas de acuerdo a la planeación Romana, que en términos generales es similar a la española. Presentando el patrón regular, donde el trazo de las calles era de este - oeste y de norte - sur, con una plaza central en la cual se localizaban las principales actividades urbanas, como el comercio.

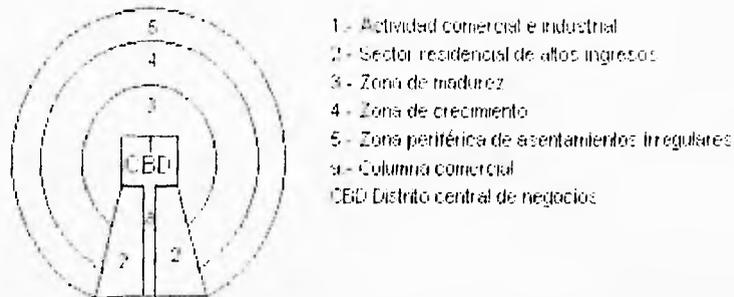
El antecedente histórico y socio-económico de las ciudades latinoamericanas las hace diferentes de las ciudades Norteamericanas; partiendo de esta premisa los autores Griffin y Ford, realizaron un modelo de la estructura urbana de las ciudades latinoamericanas. dicho modelo conserva la base de la teoría de los anillos concéntricos.

Como lo mencionan los autores, el modelo se caracteriza principalmente por un sector de uso residencial de nivel alto y una columna comercial, así como una serie de zonas concéntricas, en las cuales se verá reflejada la calidad de la vivienda, que decrecerá en función de la distancia del centro de la ciudad. Como se puede ver en la figura 1.2 el modelo consta de 5 elementos principales. Este modelo no se apega a la Ciudad de México, ya que en éste caso maneja solo los asentamientos irregulares en la periferia urbana, mientras que en la Ciudad de México se han generado proyectos urbanos legales que han contribuido en el crecimiento de la ciudad, como el caso de Ciudad Satélite; por otra parte en el caso de la actividad comercial en el modelo de maneja sólo un sector comercial que surge a partir del CBD, en el caso de la Ciudad de México la expansión comercial ha sido en diversas expresiones espaciales, como son: en forma radial sobre las principales avenidas, en áreas de concentración comercial y en forma dispersa. Sin embargo el manejo de las diferentes etapas de conformaciones y evolución de los círculos, da pie para una explicación del crecimiento y consolidación de las diferentes zonas que componen a la ciudad.

1.- El Distrito Central de Negocios CBD (Central Business District)

Se caracteriza por ser una zona altamente especializada y dinámica, es el principal centro de empleo y área comercial, en ella se localizan los principales centros de diversión.

FIG. 1.2 MODELO DE LA ESTRUCTURA DE LA CIUDAD LATINOAMERICANA



FUENTE: Griffin y Ford (1960)

2.- Columna comercial y sector residencial de nivel alto.

La columna comercial parte desde el centro, es considerada como una extensión del CBD, en él se desarrollan actividades comerciales y de oficinas, la columna es rodeada por la zona de residencia de nivel alto y medio alto. La población residente es de altos ingresos, presentando una baja densidad de población, por que existe grandes espacios para uso habitacional y comercios, sin embargo, existe un control estricto del uso del suelo. La zona cuenta con mejores servicios públicos.

3.- Zona de madurez

Descartando la zona residencial de nivel alto, la zona de madurez presenta las mejores condiciones de residencia en la ciudad. En términos generales la vivienda en esta zona se encuentra bien construida, hecha con materiales de concreto. La zona cuenta con servicios de alumbrado público, drenaje, calles pavimentadas, transporte público y escuelas.

La densidad de población suele ser más baja que en la periferia, la población que habita en la zona es más o menos estable en su residencia., por lo tanto, la zona es gradualmente mejorada por la población.

4.- Zona de crecimiento.

Esta zona está caracterizada por una gran variedad tipo, tamaño y calidad de la vivienda, en algunos casos la vivienda ha sido terminada y es similar a la que se encuentra en la zona de madurez, pero en general la vivienda es modesta. La zona esta en constante construcción, en general la residencia es terminada en varias etapas. En cuanto a servicios públicos son menos, la zona es parcialmente servida y

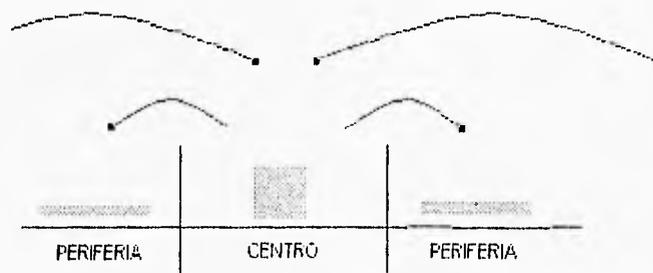
en general solo las avenidas principales están pavimentadas, existen escuelas, y el comercio se caracteriza por tiendas de esquina, es decir un comercio diseminado.

5.- Zona asentamientos irregulares en la periferia

Se caracteriza por ser la parte de más bajos ingresos, por lo tanto tienen una baja calidad de vivienda. en general las viviendas son pequeñas, elaboradas con materiales frágiles. La zona carece de servicios públicos, por lo general se observan tiraderos de basura en zanjas y las calles sin pavimentar. La comunidad es transformada por sus propios habitantes, ya que ellos construyen sus viviendas y con el tiempo pueden llegar a convertirse en otro tipo de zona.

La estructura de la ciudad va cambiando en función de los procesos de migración, Turner (1968) citado por Ward (1985) plantea que existe una migración de población que viene del exterior y que se establece en forma temporal en la parte central de la ciudad, véase figura 1.3a.

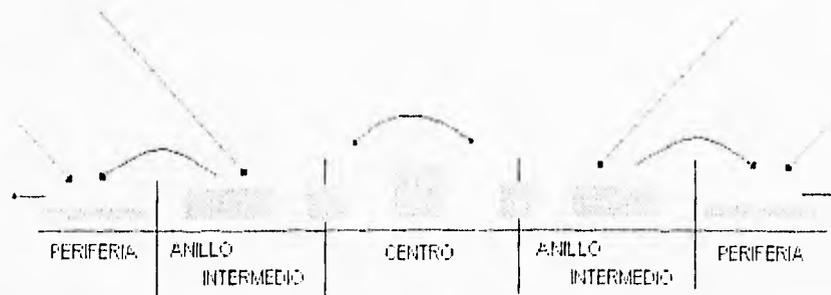
FIGURA 1.3a MIGRACION PROVINCIA -CENTRO - PERIFERIA.



FUENTE: Ward 1985

Sin embargo, con el tiempo se produce otro proceso, es decir, dentro de la ciudad se generan movimientos de población del centro a la periferia en busca de una propiedad para vivir. La población ya no llega al centro si no al anillo intermedio, que es una zona consolidada y que anteriormente había constituido la zona periférica. Ahora la migración es de este anillo a la nueva periferia urbana, (véase figura 1.3b) proceso que incrementa la expansión urbana y que modifica la estructura de la ciudad.

FIGURA 1.36 MIGRACION PROVINCIA - ANILLO INTERMEDIO - PERIFERIA.



FUENTE: Ward 1985

Así como la ciudad crece y modifica su estructura, la actividad comercial también presentará cambios, por que la población requiere de cubrir sus necesidades, por lo tanto aparecerá la actividad comercial y poco a poco se organizará, conforme crece la ciudad; constituyendo un elemento importante en la reestructuración urbana; principalmente en aquellas zonas de concentración de población, como lo menciona García (1993:23).

"En las ciudades mexicanas de más de 500, 000 habitantes las zonas de servicios y comercios suelen ocupar el centro geométrico de las ciudades y los subcentros que se distribuyen regularmente en toda el área urbana a manera de núcleos o ejes".

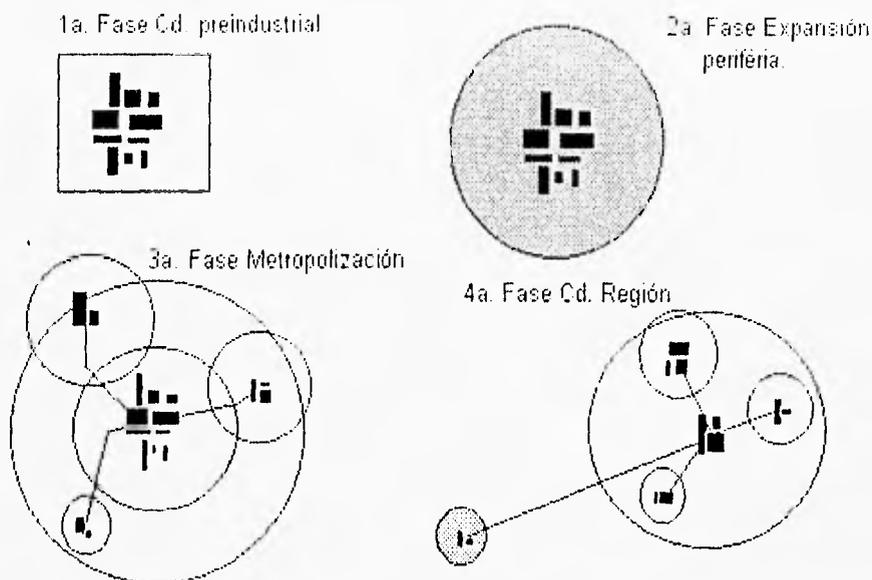
Otro modelo que explica el crecimiento de la ciudad, es el denominado Estructura polinuclear, el cual se refiere al crecimiento de las áreas metropolitanas, a través de diferentes centros, que al crecer serán absorbidas, dando el fenómeno de suburbanización, como lo menciona Aguilar (1993:26)

"Las principales transformaciones que experimentan las áreas metropolitanas es la denominada suburbanización de las periferias inmediatas constituyendo de ésta manera espacios urbanos de estructuras polinucleares que paulatinamente integran a la macha urbana espacios agrícolas, y otras localidades adyacentes, que llegan a integrar zonas urbanas muy extendidas."

El modelo consta de cuatro principales fases Richardson (1986) citado por Delgado (1991:220) (véase figura 1.4).

" Un primero de la ciudad preindustrial y localizada, que coincide con las actuales delimitaciones de los centros históricos, un segundo en la que mientras su centro se terciariza, aparece la primera periferia, un tercer momento en el que se fortalecen ciertos nodos de la periferia anterior, generalmente antiguos cascos urbanos y un cuarto nivel en el que, mediante procesos de difusión de actividades económicas y población, se desarrolla un sistema espacialmente integrado de regiones interdependientes"

FIG. 1.4 FASES DE ESTRUCTURACION DE LA CIUDAD



FUENTE: Delgado 1991

Es quizá, los dos últimos modelos los que explican de una manera más acertada la dinámica de crecimiento de la Ciudad de México, principalmente en las últimas etapas en las cuales se conforma la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, y en donde ha jugado un papel importante la migración de población rural-urbano-periferia.

Hasta esta sección se han citado los principales modelos que explican la estructura urbana, a continuación se citan algunos autores que analizan el modelo de Burgess para el caso de la ciudad de México; como los autores Negrete y Salazar (1987) citados por Delgado (1990:239)

"Utilizan la teoría de Burgess para explicar la ampliación de la influencia de la ciudad, siguiendo la evolución de la densidades del

centro a la periferia. En dicho proceso se incorporan nuevas unidades administrativas, se redistribuye la población y aparecen procesos espaciales complejos tales como la densificación, cambios de uso del suelo y modificaciones de la estructura urbana."

Por otra parte al realizar el estudio de la ciudad de México por Delgado, aplicando el modelo de Burgess, establece el crecimiento por conurbaciones, donde propone que

"al seguir el crecimiento histórico del área urbana, con base en contornos es posible identificar a los municipios de la próxima conurbación y estimar un volumen probable de población de acuerdo con la tendencia de densidad." Delgado (1990:238)

Dotson (1957) citado por Delgado (1990:238) aplica el modelo de los círculos concéntricos en la ciudad, obteniendo algunas conclusiones como: la extensión de nuevas áreas urbanas y la segregación urbana, a partir de estas conclusiones establece que "Las ciudades se expandían sin control bajo la influencia del automóvil" sin embargo Delgado establece que en el caso de la ciudad de México "el desplazamiento a la periferia ha corrido a cargo de los estratos más pobres y no sólo de las clases medias; la expansión no es propicia únicamente por el uso del automóvil, sino por más largos y costosos viajes en transporte colectivo".

Es importante mencionar que en la Ciudad de México también el nivel socioeconómico alto ha influido en la expansión de la ciudad, es decir que se han generado diferentes zonas de ingresos altos en la periferia buscando mayores espacios y que posteriormente son absorbidos por la mancha urbana

Los diferentes modelos de la estructura urbana, presentan esquemas de explicación de la misma, en los cuales son contemplados los diferentes usos del suelo en una ciudad: el residencial, industrial, comercial y de servicios, como un elemento principal en la conformación de la ciudad.

La expansión urbana se considera como "La difusión de las actividades y funciones en el espacio y la interpretación de dichas actividades y funciones, según una dinámica independiente de la continuidad geográfica." Castell (1983:28). Es decir existe un incremento y desplazamientos de las actividades desarrolladas en la ciudad, lo cual modifica su estructura original.

1.2 Actividad comercial

Junto con el aumento de la población una de las actividades que se ha incrementado rápidamente en las ciudades, es la actividad comercial, que a su vez influye en la competencia por el espacio urbano, ya que busca mejores condiciones espaciales para su localización. La importancia de esta actividad radica en la influencia que tiene en las modificaciones de la estructura urbana, como lo menciona J. Parry (1984: 132)

"El comercio y sus requerimientos peculiares son los factores que intervienen más en la determinación y la caracterización del patrón de usos de la tierra de una ciudad; y a menudo ha sido la concentración de otras actividades alrededor del lugar del mercado, lo que ha originado las ciudades y aunque hay algunos asentamientos residenciales localizados alrededor de complejos puramente industriales, sólo se describen estos asentamientos como ciudades cuando adquieren el comercio al menudeo y otros servicios".

El centro puede sufrir modificaciones que dependen de los cambios, económicos, políticos y sociales que se llevan a cabo en él, afectando y modificando el espacio, al mismo tiempo provocan que el comercio y servicios salgan del centro de la ciudad, que es su lugar de origen, para dirigirse hacia otros espacios como en la periferia, repercutiendo en la estructura urbana.

Asimismo, el incremento del comercio en las áreas suburbanas o en la periferia, se debe al crecimiento de la ciudad, junto con el aumento de la movilidad, pero hay que tener en cuenta que la actividad comercial es la menos libre para su localización, por que en gran medida responde rápidamente a los cambios de demanda.

La migración de la población que se genera del centro a la periferia es provocada, como lo menciona Bailly (1978), por la introducción de los distintos usos del suelo (comercios, servicios, administración), lo cual origina la disminución de la densidad, obligando a la población residente a trasladarse hacia otras áreas, de tal manera que las modificaciones se realizarán en toda el área urbana y algunas veces introduciendo nuevas áreas.

Por lo tanto el crecimiento de la ciudad ha originado procesos como: la sucesión de las actividades, donde "ciertas actividades que no reporten lo suficiente se ven obligadas,

a causa de competencia existente entre diversas utilidades del suelo, a ceder su lugar a otras más lucrativas" Bailly (1978:128).

Finalmente Castell (1983:73) menciona que "la actividad comercial y la extensión de las actividades productivas consecutivas a la expansión del mercado, acarrearán un fuerte crecimiento demográfico y urbano", lo cual nos induce a definir que al existir el incremento de la actividad comercial y de la población existirá nuevos patrones en el uso del suelo de una ciudad, lo cual estará modificando un elemento de la estructura urbana y por lo tanto influirá en los demás, originando una reestructuración de la ciudad.

Por otra parte es importante mencionar que los cambios de los procesos productivos, obedecen a los cambios generados a nivel mundial, como es expresado por Aguilar (1993): "actualmente se presenta una nueva división internacional del trabajo y con ello una nueva geografía de la producción" lo cual nos lleva a suponer que existirá una nueva expresión espacial de la actividad comercial. Como lo menciona Chías (1990) a cada modelo económico le corresponde una estructura particular y por lo tanto una organización de territorio, como resultado de dicho modelo.

Las nuevas tendencias de la actividad mundial lleva 3 procesos importantes que se realizan en un país o una región, de acuerdo con Keeble, citado por Aguilar (1993):

- 1) Desindustrialización, se refiere a la disminución en la industria, observable principalmente en el empleo y producción
- 2) Reindustrialización en la cual existe un fomento en la inversión en el sector industrial, generándose principalmente la pequeña industria.
- 3) Terciarización presenta una tendencia de crecimiento de la actividad de comercio y servicios en las principales ciudades o metrópolis.

De los cambios que se presentan a nivel mundial existen 5 puntos que afectan a la reestructuración intraurbana (Aguilar 1993):

- 1) Cierre de plantas industriales
- 2) Apertura de nuevas empresas

- 3) Desarrollo de centros corporativos
- 4) Expansión de actividad de servicios relacionadas a complejos de oficinas
- 5) Expansión de la actividad corporativa en zonas suburbanas

Es importante resaltar que existe un proceso de dispersión de los establecimientos corporativos hacia las zonas urbanas en forma de parques industriales o plazas comerciales y de oficinas, lo cual se traduce en una expansión metropolitana.

En las últimas décadas ha existido la introducción de capital que influye en los cambios de la estructura urbana, de tal manera que la ciudad se ve transformada en su organización interna, como lo menciona Castell (1983:31)

"La concentración monopolística del capital y la evolución técnico social hacia la constitución de grandes unidades productivas, fundamentan la práctica de la descentralización espacial"

Asimismo, Pradilla (1988:65) menciona que "en la capital la hotelería transnacional, los edificios de oficinas y los centros comerciales de propiedad de grandes cadenas transnacionales, se multiplican rápidamente en las zonas urbanas de ingresos altos y medios; inundados de mercancías sofisticadas e importadas, ocupando miles de metros cuadrados, en estacionamientos pavimentados carentes de vegetación"

De esta forma, las grandes cadenas de empresas comerciales con gran cantidad de productos, contribuyen a la difusión del abastecimiento a través de grandes centros comerciales, que se encuentran comunicados entre sí por los sistemas de vías rápidas.

Finalmente se puede hablar que en la actualidad existe un predominio de la participación de las actividades terciarias en la conformación y transformación de la estructura urbana, ya que estas se han dispersado a partir del centro de la ciudad, al mismo tiempo que se han originado en los diferentes áreas de aglomeración de población, en la periferia urbana.

1.2 PROCESO DE CONCENTRACION Y DESCONCENTRACION COMERCIAL

El crecimiento de la actividad comercial en la ciudad, ha traído como resultado una organización propia de su estructura, es decir, así como crece y se dispersa la población, el comercio tendrá un incremento y una organización del sistema distributivo

de las mercancías, de este modo a partir de la necesidad de satisfacer la demanda, surgen nuevos establecimientos.

La expresión de la actividad comercial es básicamente el uso del suelo dedicado a dicha actividad, donde se distinguen los establecimientos comerciales, generando un tipo de estructura del espacio comercial, de esta manera el análisis del comercio se realizará a partir de los establecimientos comerciales.

De acuerdo con el modelo de estructura urbana, existe un centro que es el CBD (central business district) o área central, donde se concentran las actividades de comercios, servicios y oficinas, sin embargo, en la actualidad, el crecimiento de la ciudad ha originado una dispersión y difusión de estas actividades, fuera del centro principal.

El deterioro de la zona comercial situada en el centro de la ciudad, lleva consigo un abandono del antiguo lugar de expansión comercial, dejando vacíos los edificios construidos, mientras el crecimiento de la periferia origina la construcción de nuevos centros comerciales planificados y mayores establecimientos comerciales en general.

Uno de los elementos que influyen en la localización de la actividad comercial en la ciudad es la distribución espacial de los consumidores, así como el nivel y la distribución de la demanda es uno de los factores importantes en la localización y distribución del uso del suelo comercial en las ciudades; como lo menciona Berry (1971: 56).

"La orientación hacia los consumidores de los establecimientos de comercios al por menor, constituye el primer principio de cualquier teoría que pretenda explicar su localización"

Así se tiene que la distribución de la demanda, traducida en la densidad de la población, los niveles socioeconómicos a poder adquisitivo, influyen en la distribución espacial de los establecimientos del comercio, de tal forma que las variaciones en la densidad y niveles socioeconómicos influirán en las variaciones de la localización y características de las actividades comerciales. La expansión del uso del suelo comercial, tienen su origen en el mismo crecimiento de la ciudad.

Una vez que las diferentes actividades salen del centro de la ciudad tienden a localizarse en diferentes formas, como lo menciona Terrazas (1988:84)

"Las concentraciones de la actividad urbana no industrial se desarrolla en dos sentidos:

1.- A manera de centros o lugares que atraen a la población de la metrópoli por los servicios que ofrecen, lo que a su vez se constituye en un atractivo para la instalación de un número cada vez mayor de locales destinados a la prestación de servicios.

2.- En concentraciones de actividades urbanas desarrolladas a lo largo de los ejes, generalmente sobre las vías de comunicación, que como consecuencia del tráfico peatonal que se traduce en compradores potenciales y las rentas del suelo por la localización y por capital invertido que fomentan el establecimiento de la actividad sobre las redes y las comunicaciones".

Por otra parte, el mismo autor al realizar el análisis de la ciudad de México, establece que el sector comercial se expande hacia la periferia, invadiendo zonas, provocando mezcla de uso y alta intensidad de ocupación del suelo, iniciándose una transformación de la estructura de la metrópoli, por lo tanto el núcleo central tradicional reduce su importancia y paralelamente se extiende de manera amplia hacia las antiguas áreas habitacionales.

En la actualidad en la parte central de las ciudades ha ido disminuyendo el número de población y existe un aumento en la periferia, ocasionando un aumento neto en el número de comercios minoristas, existiendo una relación, aumento de población - aumento de establecimientos, así la población se traduce en demanda. Al duplicarse la densidad de población, las empresas empiezan a obtener más beneficios, es decir, obtienen mayor ganancia al tener mayores ventas, por un incremento de la demanda, originando que nuevas empresas se interesen en establecerse, tratando de localizarse de manera inmediata a los ya establecidos.

Sin embargo, se puede dar el caso que no se cumpla dicha relación, por que pueden existir pequeñas zonas con densidades de población relativamente baja en las que residan familias acomodadas, las cuales pueden proporcionar magnitudes importantes de poder adquisitivo, por otra parte grandes zonas habitadas por familias pobres que viven en urbanizaciones de alta densidad y normalmente proporcionan magnitudes relativamente pequeñas de poder adquisitivo, que en ocasiones surgen comercios

como misceláneas: es aquí donde entra en juego los niveles socioeconómicos, que influirá en los diferentes tipos de comercios. Por que, las variaciones que se den en los gustos del consumidor pueden crear diferencias en la estructura del comercio, así cuando las personas de diferentes niveles de ingreso o renta poseen gustos diferentes y sus lugares de residencia aparecen separados, ciertos bienes se suministran en áreas donde la población recibe mayor ingreso. El acceso al poder adquisitivo, más el número de consumidores, pueden ejercer una influencia en la localización de las tiendas que venden ciertos artículos.

Como lo menciona Johnson (1978:193) "En las nuevas áreas suburbanas los servicios prestados por las tiendas aisladas que venden artículos de demanda muy frecuente eran demasiado limitados para los habitantes más acomodados de esas áreas, a consecuencia de ello, el nivel inferior de la jerarquía del comercio en las áreas suburbanas estaba formada por grupos aislados de tiendas que satisfacen las necesidades cotidianas de la vecindad. Hoy en día la tendencia es formar unidades de venta mayores, muchos de los grupos vecinales han sido sustituidos por un solo mercado"

Por otra parte, cuando la movilidad aumentó y se facilitó el traslado, se establecieron grupos de diferentes tiendas en las áreas utilizadas para fines comerciales; después estas áreas no planificadas, presentaron algunas innovaciones como convertirse en grandes almacenes, los cuales se interesaban por la demanda de la periferia, su localización era favorable e influyó en la concentración y desarrollo del comercio, hasta llegar a formar grandes zonas comerciales.

Existen algunas razones por las cuales las actividades que migran del centro a la periferia, se van agrupando (Webber citado por Beavon 1981)

-Se buscan puntos cuya localización tenga como elemento clave la accesibilidad, y es en este lugar donde el mayor número de actividades se concentra, porque es posible que dicha ubicación reporte beneficios, así como grandes espacios y bajos costos del suelo.

-La incertidumbre en la toma de decisión de la localización hace que se busquen alternativas satisfactorias que garanticen por lo menos el funcionamiento de la empresa a largo plazo.

-Se tratan de ubicar en aquellas zonas donde ya exista la actividad, dando una facilidad para su establecimiento.

Hablando en términos generales se puede considerar que " la localización es ideal cuando es muy accesible a un gran número de clientes potenciales, situada cerca de otras tiendas cuyos clientes puedan convertirse en sus clientes, o en una calle por la que se espere que caminen los clientes potenciales y que sin embargo, tengan una renta y unos impuestos locales bajos" (Parry 1984:134)

A continuación se mencionan algunas de las principales características del uso del suelo comercial, (Kunz 1984) que en ocasiones funcionan como requerimientos que deben ofrecer los diferentes espacios elegidos para la localización de los establecimientos comerciales.

-Acceso.- El área central es el punto concéntrico de máximo acceso, constituye el lugar donde la población puede reunirse con el mínimo de gastos, de tiempo y esfuerzo.

En general la accesibilidad se refiere a la capacidad de superar las distancias para poder lograr los contactos, pero no solo es la distancia física, también se debe tomar en cuenta el transporte y las formas de comunicación, lo cual se traduce en movilidad, aumentando la accesibilidad; los requerimientos de acceso para el comercio, es que los clientes tengan la facilidad de llegar a la ubicación de los establecimientos. La accesibilidad se considera como un elemento espacial que influye en la distribución de los diferentes usos del suelo, así la necesidad de tener la accesibilidad induce a la búsqueda de una localización privilegiada que lleva consigo la competencia y un uso intensivo del suelo, a mayor necesidad de accesibilidad menor la posibilidad de elegir localización, asimismo a mayor accesibilidad mayor costo del suelo y mayor intensidad de uso para abatir los costos.

-Actividades centrales.- Las actividades que se encuentran en la zona de concentración comercial I son aquellas cuya productividad queda sujeta al acceso de los clientes y tiene la capacidad para solventar los altos precios del espacio.

Las actividades centrales se pueden clasificar de acuerdo al tipo de ventas, esta clasificación la elabora Johnson (1987).

a) Venta al por menor como los grandes almacenes que dependen de una gran multitud de clientes.

b) Venta al por menor especializada para la clientela muy dispersa, este tipo de comercios no pueden hacer grandes gastos de alquiler, por lo que no se localizan en las calles principales.

c) Venta al por menor especializada para la clientela más general, pero de poca frecuencia de compra.

d) Venta al por menor no característica de la zona, pero sirve a la población que pasa y trabajadores.

En general el centro tiene una especialización interna, las actividades se agrupan de acuerdo a sus características y giros de ventas; pueden ser áreas comerciales, financieras, administrativas, etcétera, asimismo existe la especialización vertical en los edificios, generalmente en la planta baja se encuentran los comercios y en los pisos siguientes oficinas, bodegas e incluso viviendas.

-Alta complementariedad.- Es la concentración de actividades para establecer la relación, reducir la fricción del espacio, obtener un buen funcionamiento y en general lograr ventajas locacionales. Se puede tratar de usos semejantes como aquellos comercios que ofrecen sus servicios a otros.

Cuando las actividades se benefician mutuamente, ya sea entre comercios similares que facilitan la comparación atrayendo la clientela o entre diferentes comercios que ocasionan la compra de diferentes artículos.

En contra posición a la complementariedad está la incompatibilidad, es cuando dos usos se perjudican o existe una competencia fuerte entre ambos.

-Utilización intensiva del espacio.- Esta característica se da con el fin de abatir los costos del suelo.

-Crecimiento vertical.- Las actividades características de la zona, tienen la necesidad de acceso, la capacidad económica de pagar el valor del suelo y la posibilidad funcional de un uso intensivo, sin embargo por la competencia que existe el espacio se hace un recurso limitado, lo que da lugar al crecimiento vertical.

-Otras actividades que se localizan en el centro son las oficinas, este tipo de actividad requiere la complementariedad con otros usos, es importante en ellos las relaciones interpersonales y por lo tanto requiere acceso a la población.

-Población diurna.- Al existir competencia por el espacio y altos valores del suelo, se reduce la población residente en la zona, dando lugar al establecimiento de otras actividades, por lo tanto la población diurna se refiere a las personas que llegan a trabajar en las mañanas y abandonan los centros en la tarde, sumados a ellos los clientes que acuden a diferentes horas del día.

-Problemas de tránsito.- Por la dinámica que existe durante el día en las zonas, se generan flujos de entrada y salida, así como una gran movilidad, relacionada con la alta densidad de utilización del suelo.

-Historia.- para entender el proceso en una forma más amplia es necesario remitirse al desarrollo histórico que ha tenido la ciudad, su estudio ayuda a conocer la forma de cómo han actuado los diferentes factores a lo largo del tiempo y como se ha modificado el espacio. El proceso histórico que ha presentado la ciudad para su conformación, influye en la distribución de los usos del suelo.

Las características antes mencionadas a la vez son factores que influyen en la localización de comercios en la ciudad.

Es importante tomar en cuenta que la actividad comercial se determina por los elementos como la clase de productos que se ofrecen (su ciclo de vida sus sustitutos o complementos), las características de los clientes presentes y potenciales (gustos, ingresos), la estructura del conjunto de vendedores (oligopolios en general el grado de competencia y el marco legal (reglamentación y control de precios).

I.3 PATRON ESPACIAL DEL USO DEL SUELO COMERCIAL

A partir del crecimiento de la ciudad, la estructura de las áreas comerciales se han complicado cada vez más, la actividad comercial se distribuyen en una primera etapa en forma dispersa y posteriormente tiende a agruparse en áreas con ciertas características, llegando a una concentración, por lo tanto es importante conocer las diferencias entre los diversos centros comerciales, según su tamaño y tipo de tiendas.

Es importante considerar que dependiendo el tamaño e importancia de la ciudad existirán diferencias en sus estructura comercial, como lo menciona Berry (1971:57)

" Las ciudades regionales tienen junto a las carreteras, franjas y colonias comerciales más extensas y complejas que las ciudades pequeñas y en ellas se encuentran nuevos tipos de áreas comerciales especializadas. Además sus funciones regionales radican en el CBD, pero los habitantes compran sus bienes de orden inferior en centros comerciales exteriores que pertenecen por lo menos a dos niveles distintos"

Berry (1971) hace la siguiente clasificación de los tipos de áreas comerciales (véase figura 1.5)

- 1) Una jerarquía de centros comerciales, donde los comercios se agrupan en una sola área, en ellos se localizan actividades como: tiendas de comestibles, farmacias, peluquerías, comercios de prendas de vestir, artículos diversos y almacenes generales. Todas ellas tienden a agruparse, por que los consumidores suelen ir de un comercio a otro.
- 2) Colonias comerciales orientadas hacia la carretera, son formadas por estaciones de servicios, restaurantes y moteles, satisfacen la demanda derivada por el tráfico de la carretera. Situaciones propias de países desarrollados.
- 3) Sectores comerciales de las arterias urbanas, la mayor parte de las funciones ubicadas en las vías principales de la ciudad desean tener un acceso razonable al mercado urbano, pero debido a la exigencia de espacio y el comportamiento de los consumidores, las actividades se realizan más eficientemente fuera de los núcleos

comerciales del centro. Algunos comercios típicos de este rubro son las tiendas de muebles, tiendas de electrodomésticos, talleres de reparación.

4) Áreas funcionales especializadas, se caracterizan por la presencia de varios tipos de establecimientos relacionados entre sí, destacando en ellos las líneas de edificaciones dedicadas al comercio, principalmente de establecimiento de venta de automóviles, centros de complejos médicos con diferentes servicios de medicina. Estas áreas de ventas y servicios requieren de una fácil accesibilidad para la población, de la ciudad.

Berry (1971:63) menciona que

" la orientación del comercio hacia el consumidor ha originado un sistema distributivo que atraviesa en varias direcciones el núcleo continuamente reedificado de la ciudad central, siguiendo las calles transversales y semitransversales y la espina dorsal de los radios. Puede diferenciarse una compleja jerarquía de los centros comerciales, partiendo de los grupos de tiendas aisladas inmediatamente próximos al consumidor y siguiendo por los centros comerciales vecinales, centros comerciales locales y centros comerciales regionales, para culminar en el CBD metropolitano".

Cada uno de los niveles de jerarquía tendrán un número de establecimientos y de población que acudirá a dichos centros.

Para el caso de la Ciudad de México la estructura propuesta por Berry no llega a cumplirse, sin embargo nos proporciona una base para el análisis de la estructura comercial en la ciudad; que en términos generales se identifican tres niveles centros tradicionales con diferentes niveles o jerarquías, dentro de ellos se localizaran las áreas especializadas, que no llegan a conformar los distritos comerciales de Berry, sectores comerciales y comercio disperso.

Para las áreas comerciales considerando el concepto de umbral, Berry plantea que las áreas comerciales poseen un número y tipos de funciones que corresponden a un determinado nivel u orden dentro de una clasificación de varias categorías, en las cuales se consideran el número de funciones o actividades representados por los establecimientos incluidos y por la cantidad de población a la que sirve; para diferenciar los niveles de jerarquía; de esta forma se considera que un nivel superior dentro de la jerarquía presenta las características de los órdenes inferiores. De esta forma Berry presenta los siguientes niveles:

A. Centros Comerciales.- existiendo diferentes tipos de centros, dependiendo principalmente de número de población a la cual sirven:

-Primer orden.- Comercios aislados o de esquina de las calles. Dentro de este rubro son considerados los comercios que proveen de bienes y productos de primera necesidad a una población muy reducida. Presenta poca variación de bienes y servicios que pertenece a una sola función y son de bajo umbral.

-Segundo orden .- Centros comerciales de vecindad se constituyen por varios establecimientos localizados principalmente a lo largo de las vías o cruces de calles, en este tipo de centros pueden localizarse los siguientes establecimientos: lavanderías, peluquerías, pequeños restaurantes. Se calcula que proporciona bienes y servicios de uso corriente a una población de 10 000 personas, no suele haber más de un establecimiento de cada especialidad.

-Tercer orden.- Centro comercial de comunidad, dentro de este nivel pueden encontrarse desde 20 hasta 40 funciones diferentes, entre los que se pueden encontrar joyerías, tiendas de ropa, papelerías, bancos; a diferencia del nivel anterior pueden existir más de dos establecimientos con la misma función.

-Cuarto orden.- Centro comercial regional, por lo general esta constituido por las áreas comerciales tradicionales de una ciudad, que son representados por el CBD (central business district) de los núcleos suburbanos y centros planificados para 250 000 habitantes. El número de funciones es de 40 hasta 200, generando la repetición de establecimientos dedicados a la misma función, dentro de esta categoría algunas veces se localizan grandes almacenes.

-Quinto orden.- Constituye el CBD (central business district) que es el área principal de la actividad comercial y servicios de la ciudad .

B. Franjas Comerciales .- Este rubro se constituye por la localización y el establecimiento de la actividad en las principales vías, aprovechando el acceso del tráfico y de la población, que no necesariamente es la que habita en la zona. Por lo general la población usuaria de los establecimientos es esporádica. Los diferentes tipos son los siguientes:

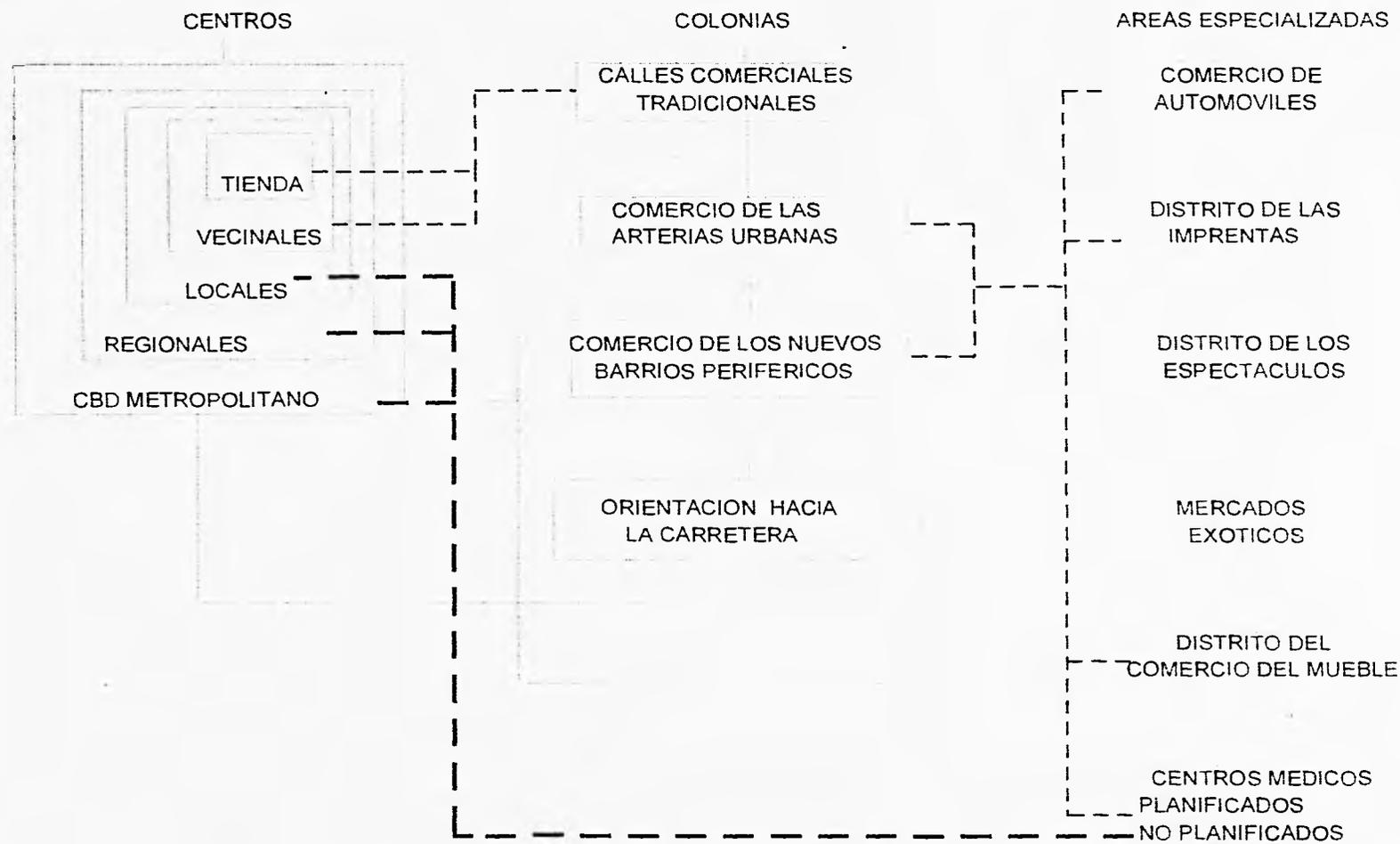


FIG. 1.5 TIPOS DE AREAS COMERCIALES EN LA METROPOLI

FUENTE: Berry (1971)

a) Calles comerciales que se originan del centro principal, prolongando la actividad hacia el exterior.

b) Calles comerciales próximas al borde de la ciudad.

c) Calles comerciales de núcleos suburbanos y centros comerciales, situados junto a las autopistas, donde influye el uso del automóvil.

C. Áreas Especializadas. - Se refieren a las áreas que por la agrupación de los establecimientos tienen ventajas, facilitan bienes y servicios agrupados por ejemplo áreas especializadas en servicios médicos, financieros, etcétera.

Otras clasificaciones de la actividad comercial que manejan el mismo esquema de clasificación, se mencionan a continuación (citados por Beavon 1981)

Rolph (1929) Propone 5 tipos de zonas de actividades, Dicha clasificación surge de los estudios realizados sobre la ciudad de Baltimore.

-Zona de actividad central. - Subcentros minoristas, -Calles de ordenación lineal, - Grupos vecinales de servicio, -Empresas no concentradas.

Canoger (1946) y Ratcliff (1949)

-Centro de negocios, -Centro comerciales exteriores, -Vías comerciales principales, Calles comerciales vecinales, -Conglomerados aislados de tiendas.

El autor introduce la siguiente noción "existen dos tipos fundamentales de zonas comerciales: conglomerados o aglomeraciones que comprenden el centro de negocios la zona comercial local y centro vecinal y ordenaciones lineales o en banda" (Beavon 1981:36)

Por otra parte de acuerdo con Goodall (1981), existe una jerarquización de la actividad comercial manejada en razón de los umbrales, para explicar dicha clasificación es necesario definir el concepto de umbral.

"El umbral puede ser expresado como el límite inferior del alcance de una mercancía central que encierre la mínima cantidad de poder adquisitivo necesaria para que una empresa se introduzca en el mercado. El alcance representa la distancia más allá de la cual una

empresa es incapaz de atraer clientes y/o más allá de la cual no es económico distribuir sus mercancías o proporcionar sus servicios"

Bajo esta concepción y el principio de que los establecimientos tendrán una orientación a los consumidores, existe una diferenciación entre establecimientos. Goodall (1981) menciona que:

"Los bienes de orden inferior o de uso doméstico son adquiridos por los consumidores a intervalos cortos y bastante regulares, suelen necesitarse de manera cotidiana representan una pequeña fracción de los ingresos semanales de cada individuo y su selección es relativamente de poca importancia. Los bienes de orden superior son solamente adquiridos por cada consumidor a intervalos irregulares e infrecuentes, en muchos casos representan un importante consumo de sus gastos, que llegar a ser hasta un múltiplo de los ingresos semanales y su compra puede posponerse para poder comparar la gama de modelos más amplia posible"

De tal manera que las áreas de menor orden son aquellas que presentan artículos requeridos por toda la población, por lo tanto requieren de umbrales menores, mientras que los grandes centros, donde los artículos son costosos y que abastecen a cierto tipo de clientes, requerirán de umbrales mayores.

La diferencia entre ambas categorías se ve reflejada en los tipos de bienes que consumen, de tal forma que para el primer grupo serán de consumo cotidiano como de alimentación o de uso diario, esto se verá reflejado en los establecimientos que generalmente son tiendas que pueden estar aisladas, sin presentar alguna agrupación, dentro de esta clase pueden mencionarse las tiendas de abarrotes, papelerías, etcétera.

En el segundo grupo estará constituido por tiendas con artículos de costo más caro, como pueden ser joyerías, mueblerías, donde estos artículos necesitan mayor tiempo para su compra.

Dentro de la clasificación existirán diferentes niveles, que dependerán del comportamiento y poder adquisitivo de la población.

Por otra parte Bertrams (1981:139) establece que "el comercio parece el único capaz de suscitar un espacio comunitario y de crear un cierto tipo de centralidad "

El autor propone una ordenación del comercio, empleando la localización de la actividad en el centro o en la periferia de la ciudad; considerando este primer factor, se tiene la siguiente clasificación:

1) Actividad comercial en el centro de la ciudad:

- a) Pequeño comercio.- originado por la convergencia de múltiples flujos tanto de tránsito como población y permanece unido a la calle comercial.
- b) Centro comercial donde se agrupan diferentes establecimientos
- c) Centro de la ciudad existe una jerarquización de la actividad comercial dentro de esta categoría, dependiendo el tipo de bienes y servicios proporcionados.

2) Actividad comercial en la periferia urbana

Los centros comerciales presentan una gran variedad de establecimientos y formas de ventas como: Libre servicio, grandes almacenes a los que se agregan algunos tenderos independientes, sucursalistas, el objetivo es satisfacer las necesidades de la clientela que tienen poco tiempo para visitar el centro de la ciudad.

También existe una clasificación en la cual se considera la integración de insumos a los productos o al tipo de servicios que se ofrecen de esta forma la actividad comercial se clasifica en tres grandes grupos:

-Comercios propiamente dichos.- se refieren a empresas que compran productos y los venden sin someterlos a ninguna manipulación. Como pueden ser joyerías, venta de ropa etcétera.

-Comercios con transformación.- son aquellas empresas que agregan al proceso de compra-venta, otro de producción en este rubro quedarían incluidas las tortillerías en el caso de México.

-Servicios incluyen actividades muy diversas como: los hoteles, cafés, restaurantes, agencias inmobiliarias y de la propiedad, servicios profesionales, financieros, de seguros, etcétera.

Existen otras clasificaciones, sin embargo no alcanzan a englobar a todos los negocios, dado que a medida que la ciudad crece aumenta la gama, al tiempo que en distintas partes aumenta la especialización de los establecimientos.

Finalmente se dice que los locales y áreas comerciales pasan por varias etapas de desarrollo como lo menciona Berry (1971).

1.- Etapa de nacimiento. Corresponde al periodo de creación, en un primer momento las actividades comerciales se desenvuelven con normalidad.

2.- Etapa de expansión. La prosperidad y el éxito inicial de los primeros establecimientos atraen a otros. Aparecen nuevas funciones y se amplía el área de servicio atrayendo a una población mayor que al principio.

3.- Comienzo de la ruina. La decadencia del área empieza con un estancamiento, no se añaden nuevas funciones ni establecimientos, solamente hay cambios de actividad.

4.- Secesión de funciones, la ruina y el deterioro físico de los establecimientos hacen que dejen de resultar atractivos. El área se convierte en una agrupación marginal de establecimientos que atraen a una mínima cantidad de clientes, la pérdida de beneficios obliga a unos comercios a cerrar y a otros a cambiar de actividades.

El hecho de tener una clasificación nos ayuda a comprender que existe una organización jerárquica, en la cual los centros mayores ofrecen artículos de orden superior que son adquiridos con menor frecuencia e irregularmente, representa un gasto fuerte del ingreso, en cambio en la parte baja de la jerarquía hay comercios que ofrecen artículos de orden inferior, cuya compra representa una pequeña parte de los ingresos, pero la frecuencia y la regularidad con la que se adquiere son importantes, lo cual influirá en la distribución espacial del comercio.

En conclusión se puede decir que existen diferentes clasificaciones de las actividades comerciales dentro de la ciudad; haciendo un breve análisis se encuentran algunas similitudes entre las diferentes clasificaciones, a continuación se mencionan algunas:

Similitudes de las clasificaciones de las actividades comerciales.

1.- La distribución del comercio esta en función de la población.- en este aspecto es de vital importancia la forma en la cual se encuentra distribuida la población, un elemento para evaluar dicha variable es la densidad, y por otra parte el poder adquisitivo de la misma, todo esto se traduce en demanda del comercio, para abastecer las necesidades de la población. Esto nos lleva a considerar que al existir una expansión de la población hacia la periferia urbana el comercio también se desplazará hacia las mismas zonas.

2.- La variable de accesibilidad influirá definitivamente en la localización de los diferentes categorías.

3.- Se distinguen 3 formas de agrupaciones. Es importante mencionar que dentro de cada rubro existe una jerarquización dependiendo del número y tipo de establecimientos.

a) Centros o áreas comerciales, definidas por aquellas zonas donde se agrupan diferentes establecimientos comerciales

b) En forma lineal es decir donde la actividad comercial aprovecha el flujo de la población, y se localiza en las principales calles y avenidas de mayor circulación o en las carreteras.

c) Comercio aislado, aquellos establecimientos que se localizan en forma dispersa en alguna zona o área de la ciudad.

4.-En la realización de una jerarquía de los diferentes establecimiento, es necesario conocer los bienes y servicios que proporcionan al público. Este punto influye principalmente en la definición de los umbrales.

5.- De acuerdo a la clasificación de los tipos de áreas comerciales elaborada por Berry (1971), existe una relación entre los diferentes niveles de centros, con las áreas especializadas y la colonias. En términos generales las áreas especializadas se encontrarán en los centros con mayor importancia que son el CBD, centro regional, y

local, mientras que en los centros vecinales existirán las calles comerciales tradicionales.

Así mismo existe una estrecha relación entre las áreas especializadas y los comercios orientados a las principales avenidas y carreteras.

6.- Las diferentes caracterizaciones de la actividad comercial se han basado en estudios de ciudades norteamericanas, que presentan diferentes condiciones y características de las ciudades latinoamericanas y en específico de la ciudad de México. Sin embargo, estos antecedentes proporcionan una pauta para conocer la estructura espacial de la actividad comercial en México.

En el crecimiento de las ciudades en países en vías de desarrollo, principalmente las ciudades latinoamericanas, ha influido fuertemente en el proceso de migración rural - urbana, sin embargo dentro de las ciudades existen movimientos migratorios que se originan principalmente por la movilidad de la población, dentro de la misma ciudad, desarrollándose nuevas áreas y modificando las anteriores. Generándose de esta manera el crecimiento de la ciudad en etapas.

En este proceso la actividad comercial es una de los elementos que se desplaza continuamente obedeciendo los patrones de distribución de la población, de esta manera, se sustituirán las actividades originales de un lugar para dar paso al establecimiento de las actividades comerciales. Modificando así la estructura urbana de una ciudad. En general el comercio se establece en el centro de la ciudad y posteriormente se desplazará hacia las zonas de población y áreas periféricas originando diferentes formas de expresión espacial.

Finalmente se considera que dependiendo del grado de consolidación de la zona periférica, pueden encontrarse diferentes niveles de actividades comerciales. La estructura comercial en la periferia urbana estará caracterizada por diferentes tipos de agrupaciones del comercio, de esta manera, se puede encontrar desde una tienda aislada, como las tiendas de abarrotes, hasta centros locales e incluso regionales, que abastecerán a cierta parte de la población de la ciudad. Asimismo, el comercio tiende a desarrollarse en las principales avenidas de zona e incluso en las carreteras que comunican a la ciudad con el exterior.

No hay que olvidar que la zona periférica forma parte de la ciudad, por lo tanto, su actividad comercial se encuentra inmersa dentro de una estructura comercial general, en donde la zona más importante desde el punto de vista comercial es el centro de la ciudad o también denominado CBD. Entre más grande es la ciudad, la organización del comercio será más compleja.

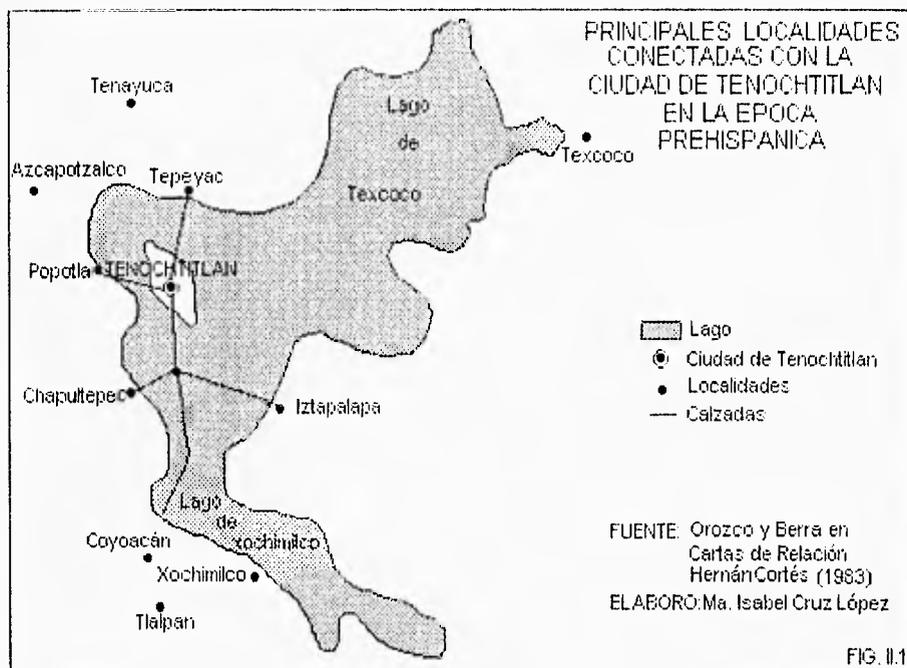
Este proceso de expansión urbana se ha presentado en todas las ciudades latinoamericanas, principalmente aquellas que su ritmo de crecimiento se ha acelerado como es el caso de la Ciudad de México.

II. PATRON ESPACIAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE MEXICO

II.1 CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE MEXICO Y ACTIVIDAD COMERCIAL

En el presente apartado, se analizará el crecimiento demográfico que ha presentado la Ciudad de México, principalmente en el último siglo, en el cual ha alcanzado su máximo crecimiento tanto poblacional como territorial y junto con éstos, la difusión de la actividad comercial.

La importancia de la Ciudad de México como territorio de actividad económica, data desde la época prehispánica, ya que existía un sistema de ciudades bien establecido; como lo menciona Terrazas (1988), las diferentes localidades estaban conectadas entre sí, a través de los lagos por medio de calzadas - diques, que comunicaban a la ciudad central Tenochtitlan con las poblaciones más importantes de la ribera. La estructura territorial existente permitió la comunicación entre las localidades se ubicaban en la zona, de ellos destacan: Tenayuca, Tepeyac, Tacubaya, Coyoacán e Iztapalapa. (véase figura II.1)



Bajo este sistema de ciudades, en el cual dominaban los Aztecas, existía una organización de mercado, en él se llevaba a cabo el intercambio de mercancías con los diferentes pueblos, aprovechando la comunicación entre las poblaciones por medio de los canales, los cuales servían para la transportación de los diferentes productos.

Durante la conquista existieron diversas modificaciones y cambios radicales en el sistema predominante, provocando grandes transformaciones de su población, estructura territorial y sistema comercial, de tal manera, que el valle de México se convirtió en un sistema donde el control se encontraba en la Ciudad de México edificada sobre la ciudad de Tenochtitlan, dependiendo de ella el resto del territorio.

En los siglos de dominación española, el crecimiento de la ciudad de México fue paulatino a partir de la Plaza Mayor, al definirse una separación de la vivienda para los españoles, que constituía la zona céntrica y fuera de ella para la población indígena.

El clero fue uno de las principales instituciones en poseer edificaciones y aumentar el espacio construido, al proliferar las iglesias, conventos y construcciones religiosas, pertenecientes a las diferentes órdenes que llegaron a la Nueva España.

En los siglos XVII y XVIII fueron construidos los edificios destinados a la administración y a las autoridades de la Nueva España. En el año de 1703 se construyó El Parián donde se realizaba el comercio ultramarino, se ubicó dentro de la Plaza mayor; por otra parte se destinó una zona al poniente de la catedral para la ubicación de artesanos y comerciantes, (Lombardo 1983).

Durante el siglo XIX, a nivel nacional no se registró un alto crecimiento de la población, por presentar inestabilidad política y económica, como resultado de las diferentes conflictos políticos y militares en México. La Ciudad de México presentó un crecimiento al poniente, formándose colonias residenciales como fue la colonia Roma, debido a un actividad inmobiliaria importante que se generó durante esa época, de esta manera surge el Paseo de la Reforma, para unir al Castillo de Chapultepec con el centro de los poderes en la ciudad.

Las modificaciones hechas por los españoles y por la necesidad de más territorio para el establecimiento de la población, fueron condiciones que permitieron el crecimiento de la ciudad durante el siglo XIX, así de 1,000 ha. de extensión en el año de 1800, el

área urbana llegó a 2700 ha, para el año de 1900, alojando alrededor de 540 mil habitantes. (Terrazas 1988:89)

La estructura comercial durante esta época, se presentaba de dos formas (Castillo 1974): el comercio en tiendas, pequeños y grandes establecimientos y el comercio en el mercado localizado en las calles o plazas. El comercio se concentraba en el primer cuadro, en donde destacaban el Portal de los mercaderes frente al Palacio Nacional, así como en las calles adyacentes a la plaza mayor, que forman las actuales calles de 20 de noviembre y Tacuba donde se conformaban un grupo muy grande de comerciantes a nivel ciudad. Los artículos de lujo se localizaban en la calle de Madero que contaban con artículos de importación. Formada esta área comercial por establecimientos independientes. En el mercado de La Merced se encontraban los comercios de carnicerías, peluquerías y pulquerías, entre muchos otros.

En la última etapa del siglo XIX, surge una modalidad del comercio que influirá en las modificaciones del sistema comercial de esa época, esta modalidad fue la introducción de establecimientos comerciales en forma de departamentos, es decir las mercancías eran separadas en departamentos específicos. El primer almacén de este tipo fue "El Puerto de Liverpool" establecido en el año de 1852, posteriormente surgen "La Francia Marítima" en el mismo año y "El Palacio de Hierro" en 1891.

Por otra parte como lo menciona Castillo (1973:53) " El comercio importante de la Ciudad de México era realizado por extranjeros (españoles, alemanes, ingleses y franceses) quienes controlaban las tiendas de abarrotes, de ropa, mercería, ferretería, quedando para los mexicanos los mercados."

Sin embargo, durante la dictadura de Porfirio Díaz se favoreció la entrada de capital extranjero, principalmente el norteamericano, surgiendo de esta forma monopolios en el comercio, quedando solo el pequeño comercio para los españoles y mexicanos; lo que influyó para que el comercio quedara dividido en pequeños y grandes comerciantes, los primeros representados por los mercados, a los cuales asistían la población de bajos recursos y por el otro lado las tiendas departamentales de capital extranjero, dirigidos a la población de mayores recursos.

En la segunda década del siglo XX, la población a nivel país disminuyó, como consecuencia de la lucha armada de la Revolución en 1910, ya que en este año se

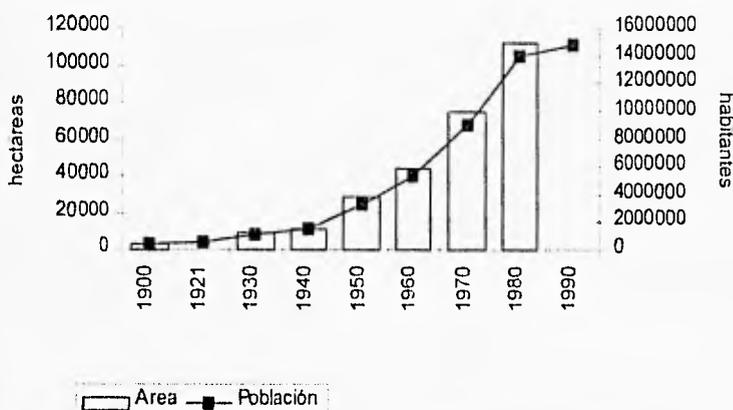
registró (de acuerdo al censo) un total de 15'160,400 habitantes y en 1920 se registran 14'334,800 habitantes, presentando una disminución en dicha década. Sin embargo la Ciudad de México conservó un crecimiento estable, registrando un ligero aumento ya que la población acudía a ella como zona de menor conflicto o seguridad. Una vez terminado el conflicto de la revolución, la Ciudad de México presentó un crecimiento acelerado, llegando a formar la actual zona metropolitana de la Ciudad de México. Este proceso se acentúa a partir del año de 1930, cuando existe ya una estabilización política a nivel país. (véase tabla y gráfica II.1)

TABLA II.1 CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE MEXICO 1900-1990

Año	Población	Area urbana contigua (has)
1900	344,721	2,170
1921	615,367	
1930	1'029,068	9,000
1940	1'570,218	11,753.75
1950	3'242,980	28,375.69
1960	5'349,435	43,644.84
1970	9'036,843	74,639.32
1980	13'889,900	111,497.13
1990	14'776,208	

FUENTE: De la ciudad central a la ciudad interior. Delgado 1988.
CODICE 90. INEGI 1990

GRAFICA II.1 CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE MEXICO



FUENTE: Tabla II.1

La ciudad presentó un crecimiento acelerado a partir de 1940, cuando se implantó el modelo económico de "sustitución de importaciones", impulsando la actividad industrial, como principal medio de desarrollo económico; de esta forma el centro de población con mejores condiciones para el establecimiento de la industria, fue la Ciudad de México; conformando zonas industriales importantes.

El proceso de industrialización en la Ciudad de México, impulsó la migración de la población de las áreas rurales hacia la ciudad, iniciando un acelerado ritmo de crecimiento, debido a dos factores principales, como lo menciona Castell: (1983)

El primer factor se refiere al desarrollo y avance en el ámbito científico de la medicina, con ello disminuyó la mortalidad y aumentó la esperanza de vida.

El segundo factor es el proceso de migración, siendo el de mayor participación en el crecimiento de la población y expansión territorial de la Ciudad de México; porque no solo se presentó el fenómeno de migración de la provincia a la ciudad, sino que también la población se empezó a desplazar de la parte central de la ciudad hacia la periferia, conformando diferentes áreas de crecimiento.

La Ciudad de México presentó una expansión acelerada a partir de 1940; para su explicación varios autores han trabajado sobre el tema, entre ellos Flores (1959), Bataillon (1973), Unikel (1974), Delgado (1990), Graizbord y Negrete (1993); dichos estudios han realizado explicaciones sobre el crecimiento poblacional y territorial de la ciudad, utilizando la teoría de los círculos concéntricos elaborada por Burgess. Con base a estos estudios, se ha definido que la Ciudad de México presenta cuatro etapas principales de crecimiento a partir de una ciudad central-interior; cabe aclarar que entre los autores existen diferencias en cuanto a la integración de la diferentes unidades políticas - territoriales, lo cual se ve reflejado en la agrupación de los municipios conurbados, que forman la zona metropolitana de la Ciudad de México.

1.- Ciudad central.- Se encuentra constituida por las actuales delegaciones centrales de Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Venustiano Carranza y Benito Juárez. (véase mapa II.1). Esta área constituyó la Ciudad de México en el periodo de 1900 a 1930, época en la cual se desarrolló el conflicto armado de la Revolución; durante este periodo existió una concentración de las actividades administrativas, comerciales y de servicios en dichas delegaciones.



ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO
1908 - 1990

— LIMITE DEL DISTRITO FEDERAL
— LIMITE DE DELEGACION Y MUNICIPIO

- | | | | |
|---|-------------------------|---|----------------------------|
|  | Ciudad Central |  | Anillo Intermedio |
| 1 - BENITO JUAREZ | | | DISTRITO FEDERAL |
| 2 - GUADALUPE | | | 16 - CONTRERAS |
| 3 - MIGUEL HIDALGO | | | 17 - GUADALUPE |
| 4 - BENITO JUAREZ | | | 18 - GUADALUPE |
| | | | 19 - MEXICO |
|  | Anillo Exterior | | ESTADO DE MEXICO |
| | DISTRITO FEDERAL | | 20 - ATEPEC |
| 5 - AZCAPOTZALCO | | | 21 - CHALCO |
| 6 - Coyoacan | | | 22 - CHIMALMACA |
| 7 - CHIMALMACA | | | 23 - CHALCO |
| 8 - GUADALUPE | | | 24 - LA PAZ |
| 9 - IZTAPALCO | | | 25 - ATAPASCAN DE ZARAGOZA |
| 10 - IZTAPALCO | | | 26 - IZTAPALCO |
| 11 - ALVARO OBREGON | | | Anillo Exterior |
| | ESTADO DE MEXICO | | DISTRITO FEDERAL |
| 12 - HUIHUOTLAN | | | 27 - MELPA ALTA |
| 13 - NAUCALPAN | | | ESTADO DE MEXICO |
| 14 - NEZAHUALCOYOTL | | | 28 - ACOAMAN |
| 15 - XALNEHUATLAN | | | 29 - QUANTILAN |
| | | | 30 - QUANTILAN TOLLALI |
| | | | 31 - CHALCO |
| | | | 32 - CHALCO |
| | | | 33 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 34 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 35 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 36 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 37 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 38 - NEZAHUALCOYOTL |
| | | | 39 - NEZAHUALCOYOTL |

1:50,000

Fuente: Expresión Urbana de la Cdad de México en Atlas de la Cdad de México, Negrete, Gabriela, Paz, 1990, BPP, 1997.
Elaboró: María Inés Cruz López

A lo largo de este periodo, la población se triplicó, alcanzado más de un millón de habitantes al término del mismo: como se puede observar durante las dos primeras décadas el aumento de población sigue una tendencia de crecimiento entre 100,000 a 200,000 habitantes, sin embargo, a partir de 1920 existe un incremento drástico, aumentando aproximadamente 500,000 hab.; ya que durante la última década se inicia nuevamente una estabilización política en México. Este crecimiento poblacional se ve reflejado en el aumento de la superficie urbana, que al igual que la población, se triplica el área ocupada por la ciudad.

En relación a la actividad comercial, durante el año de 1930 es el auge económico de la zona de la merced, localizada al este del Distrito Federal, es la zona de abastecimiento de la mayor parte de la ciudad México. Por su ubicación queda incluida dentro del primer cuadro de la ciudad, que es el centro comercial principal; junto con el mercado de la merced surge la zona de la Candelaria, conformado por grandes bodegas, cabe mencionar que el uso del suelo anterior de la zona de la Merced era de vivienda principalmente de españoles, que para esa época se conservaba todavía sus construcciones y que posteriormente fueron transformadas en grandes bodegas. El mercado de La Merced se consideró como punto final de los canales que comunicaban a Xochimilco (zona de producción agrícola) y la ciudad central; en general constituía el punto de llegada de las mercancías provenientes del interior de la república y era el punto de distribución en la ciudad.

Como se mencionó anteriormente el comercio se encontraba en el primer cuadro de la ciudad, conservando una estructura similar a la anterior de la lucha armada, presentando cierto desplazamiento hacia otras áreas, sin embargo, cercanas o contiguas a la zona central (véase mapa II.2).

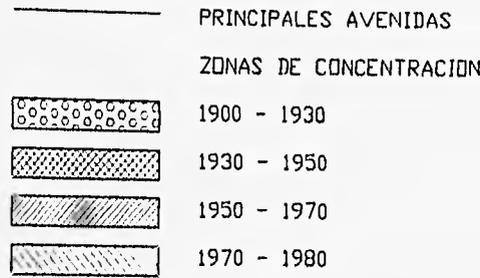
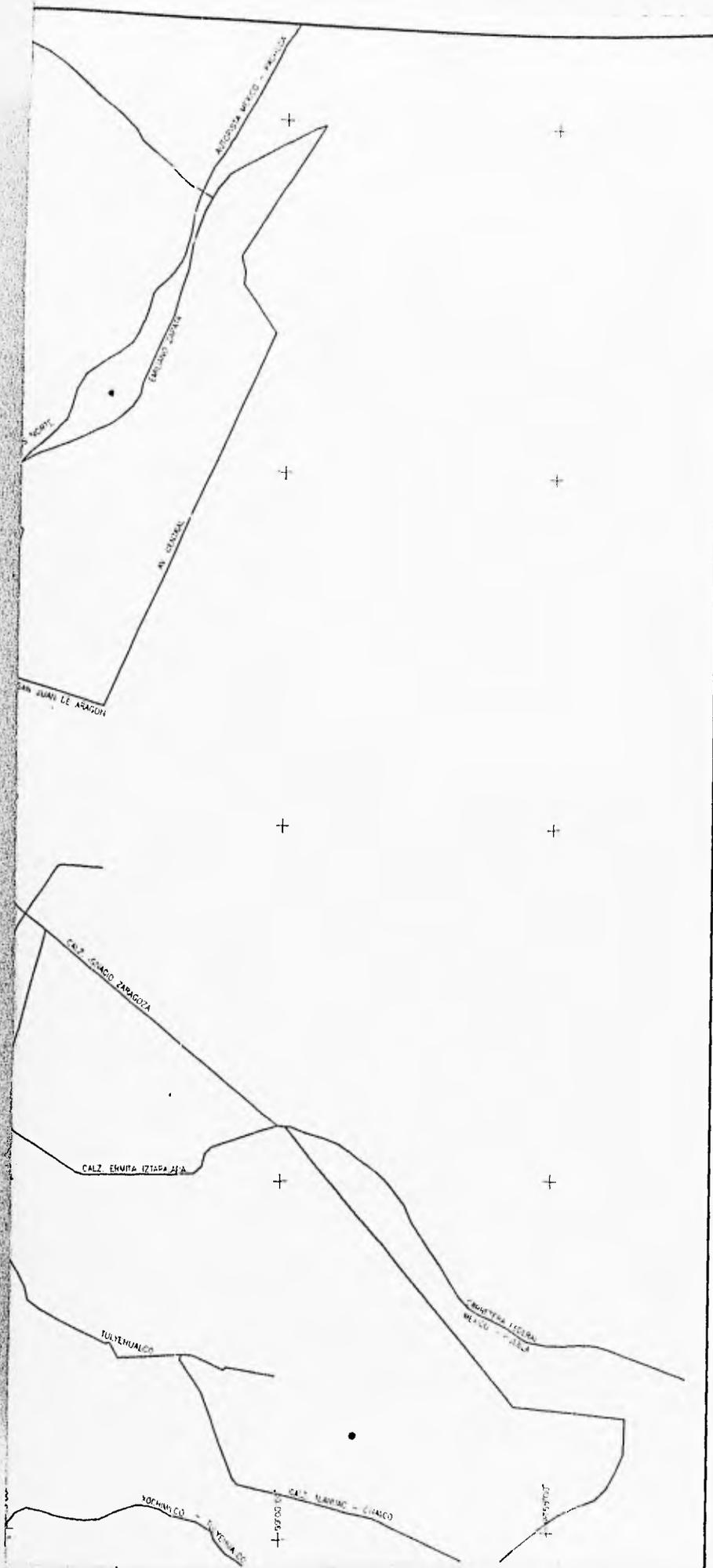
2.- Primer contorno de crecimiento o anillo de las áreas intermedias, caracterizada por la política económica de sustitución de importaciones, así como la primera etapa de expansión fuera de la ciudad central a partir de 1930. Este periodo caracteriza el crecimiento de la ciudad entre la década de 1930 a 1950, época en la cual existe un apoyo económico para la industrialización en la Ciudad de México, ampliándose el área urbana hacia las delegaciones de Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Cuajimalpa, Alvaro Obregón, Coyoacán, Iztapalapa e Iztacalco.



ZC

F
E
E
F

ZONAS DE CONCENTRACION C EN LA CIUDAD DE MEX



CENTROS Y PLAZAS COMERCIAL (1970 - 1980)

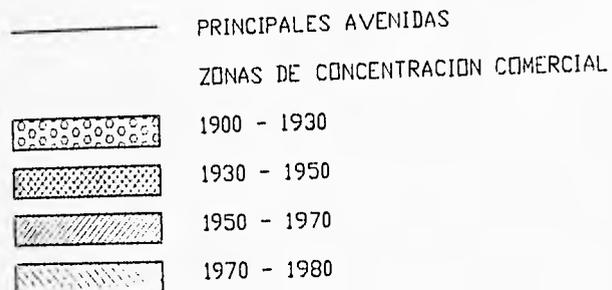
- 1 AURRERA BUENAVISTA
 - 2 SUBURBIA INSURGENTES
 - 3 COMERCIAL MEXICANA PILARE
 - 4 PLAZA UNIVERSIDAD
 - 5 GIGANTE DIVISION DEL NORT
 - 6 SUMESA CHURUBUSCO
 - 7 AURRERA SUBURBIA TAXQUEÑA
 - 8 PLAZA SATELITE
- MERCADOS
- MERCADO DE LA MERCED

ESCALA GRAFICA
9 Km

Fuente: Gutiérrez de McGregor, M.T. et al (1
Basado en:
Castillo (1973)
Cervantes (1990)
Chías (1979)
Quintana (1992)

Elaboró: María Isabel Cruz López

ZONAS DE CONCENTRACION COMERCIAL EN LA CIUDAD DE MEXICO



CENTROS Y PLAZAS COMERCIALES (1970 - 1980)

- 1 AURRERA BUENAVISTA
 - 2 SUBURBIA INSURGENTES
 - 3 COMERCIAL MEXICANA PILARES
 - 4 PLAZA UNIVERSIDAD
 - 5 GIGANTE DIVISION DEL NORTE
 - 6 SUMESA CHURUBUSCO
 - 7 AURRERA SUBURBIA TAXQUEÑA
 - 8 PLAZA SATELITE
- MERCADOS
- MERCADO DE LA MERCED

ESCALA GRAFICA

9 Km



fuente: Gutiérrez de McGregor, M.T. et al (1989)

basado en:

Castillo (1973)

Cervantes (1990)

Chías (1979)

Quintana (1992)

laboró: María Isabel Cruz López

MAPA 11.2

Por otra parte Garza (1992) menciona que durante esta etapa el crecimiento de la ciudad es todavía dentro del Distrito Federal, alcanzando sus límites al norte en 1950. Sin embargo al final del periodo se inicia la ampliación hacia los municipios de Tlalnepantla, Huixquilucan, Naucalpan, Nezahualcoyotl. (véase mapa II.1)

Nuevamente la población se triplica, pasando de aproximadamente de un millón de habitantes a 3 millones, lo cual repercutió en la superficie urbana que también se triplica pasando de 9,000 a 28,000 has. (véase tabla II.1 y gráfica II.1). A partir de la década de 1940 existe un rápido crecimiento, aumentando más del doble de la población, esto como reflejo del apoyo a la actividad industrial; la ciudad crece rápidamente y se extiende en zonas periféricas, que las integra funcionalmente a la actividad urbana, debido principalmente a las actividades que se desarrollan como fue la industria y el uso del automóvil, como lo menciona Delgado (1988).

Asimismo, el auge de la actividad industrial requería de mano de obra, originando una migración masiva hacia la ciudad; la población que llegaba a la ciudad se ubicó en la zona periférica de la misma, generando un proceso de segregación como lo menciona Bataillon (1973:31)

"el eje de la avenida de Insurgentes, corresponde a los fraccionamientos de casa habitación, lujosas al oeste en las Lomas de Chapultepec y destinadas en otros lugares a las clases medias que comienzan a desenvolverse... los barrios antiguos se degradan:"

Lo anterior nos lleva a considerar que la estructura comercial no presentará cambios radicales, en relación al periodo anterior, sin embargo se marca el inicio de la difusión del comercio del centro a la periferia, siguiendo la demanda, principalmente en la unidades administrativas contiguas.

Durante esta etapa se presenta un crecimiento de la zona comercial del centro hacia el poniente, la actividad principalmente se desarrolló sobre las avenidas de Paseo de la Reforma, Juárez e Insurgentes, iniciándose la difusión de la actividad comercial, aprovechando principalmente las avenidas contiguas al centro, es decir se presenta un crecimiento lineal (véase mapa II.2), invadiendo zonas de uso habitacional. Se inicia la conformación del sector de comercio que se origina en el centro de la ciudad, característico de las ciudades Latinoamericanas como lo marca Griffin y Ford (1980). Sin embargo, como lo menciona Corral (1991) las actividades comerciales, de oficinas,

finanzas, educación superior y salud, se agruparon en la zona del centro de la ciudad, por lo tanto, se conserva la importancia de la zona centro. Quintana (1992) señala que en esta zona se concentran los comercio y paulatinamente se inicia la generación de zonas especializadas en ciertos productos.

En la década de 1940 se inició una nueva etapa del comercio con el establecimiento de las primeras tiendas de autoservicio; originalmente se establecieron en edificios comerciales destinados a la venta de comestibles y artículos para el hogar. (Quintana 1992). La localización de estas tiendas fue en zonas que presentaban mejores condiciones económicas de la población. Junto con la tienda de autoservicio se construyeron estacionamientos, que originalmente se habían diseñado con menor superficie que la tienda, sin embargo el uso del automóvil demandó más espacio para los estacionamientos, originando el consumo de mayor espacio para este uso, ocupando grandes extensiones de áreas libres.

Por otra parte Quintana (1992:158) menciona que "un punto básico del éxito de los supermercados reside en su ubicación, ya que se ha asentado estratégicamente sobre las grandes avenidas. Así tales establecimientos han llegado a tener una importancia tan grande que se ha hecho recomendable considerarlos para cualquier nuevo emplazamiento urbano"

3.- Segundo contorno de crecimiento o anillo interior. Caracteriza el crecimiento de la ciudad entre 1950 y 1970; durante este periodo la Ciudad de México acentúa su crecimiento sobre los municipios del Estado de México limitantes con D.F., quedando conformada por las delegaciones del Distrito Federal, Contreras, Tlalpan Xochimilco y Tláhuac, así como los municipios del Estado de México, Chimalhuacán, Ecatepec, Atizapan de Zaragoza, Coacalco, La Paz, Tultitlán, Atenco. (véase mapa II.1)

En éste periodo la población casi se triplica pasando de 3 millones a 8.5 millones de habitantes, no así el área urbana que presenta un aumento del 160%, que en términos generales es considerable la expansión. (véase Tabla II.1 y gráfica II.1).

El crecimiento de la Ciudad de México se vio favorecido principalmente hacia el Estado de México, debido a que el Departamento del Distrito Federal impone la política de prohibir asentamientos irregulares y fraccionamientos para uso habitacional, así como la instalación de nuevas industrias en el D.F, sin embargo, el Estado de México

favoreció estos mecanismos de crecimiento, principalmente en los municipios conurbados.

Se presenta un proceso de integración de diferentes centros de población

"a medida de que entraron en servicio los nuevos caminos y aumentaron los medios de transporte motorizados, la ciudad se extendió hasta absorber viejos centros satélites y vastas extensiones agrícolas" Flores (1959:273)

Un claro ejemplo es la construcción de la Ciudad Satélite en los años cincuenta, que originalmente era aislado y posteriormente se integró a la Ciudad de México.

Como se observa en la gráfica II.1 existe un incremento mayor entre los años de 1960 y 1970, esto provocado por la ampliación y construcción de una de las vías importantes de la ciudad que fue el Periférico Sur, ya que durante esta década es cuando se construye, alcanzando el extremo sur de la ciudad (hasta Cuemanco en el sureste), lo cual impulsa la conurbación de las delegaciones de Tlalpan, Xochimilco y Contreras, ocupando terrenos agrícolas y pecuarios, que rodeaban a la ciudad. Asimismo, existe también un crecimiento de colonias populares al oriente, principalmente en el Estado de México en el municipio de Nezahualcóyotl. Mientras al norte el crecimiento se debió al impulso industrial en los municipios de Tlalnepantla y Ecatepec (Garza citado por Delgado 1988).

En este periodo las nuevas zonas que se integraban formaban parte de la periferia urbana, que posteriormente formarían el anillo interior al presentarse el siguiente periodo de crecimiento.

El crecimiento que experimentó la Ciudad de México originó un emplazamiento de la actividad un poco fuera del centro principal, como lo menciona (Cervantes 1990:62).

"La desconcentración de los servicios, el comercio y las oficinas, obedeció únicamente al aumento de la demanda de las áreas periféricas, por carecer de un plan específico, su localización se realizó sin orden, sobre las vías de más circulación y en los cruceros de transporte de mayor influencia. Los nuevos núcleos de actividad comercial y de servicios se ubicaron en un radio no mayor a 5 km. del centro antiguo, fortaleciendo la región central de la ciudad"

Con dicho proceso la actividad comercial continuó con su crecimiento principalmente en la zona central, lo cual provocó una competencia por el espacio con la población residente, y originó una expulsión de la población hacia la periferia urbana al no poder competir con el comercio, de esta manera se presentó una sustitución del uso del suelo dominando la actividad comercial y de servicios.

A partir de 1952 se llevan a cabo proyectos para la construcción de obras públicas y entre estas se contempla la construcción de mercados públicos, con la finalidad de sustituir el viejo mercado de la Merced, de esta manera surgen los mercados de Jamaica, Sonora y la Merced, dentro de la delegación Venustiano Carranza. En total fueron construidos 263 mercados, distribuidos en las delegaciones de la ciudad. El objetivo de estos mercados era facilitar la distribución de los productos básicos y de consumo. (Quintana 1992)

Todo el proceso anterior fomentó la expansión de población y del espacio construido, lo cual se tradujo en demanda de servicios. Como lo menciona Cervantes (1990:63)

"la desconcentración del comercio, oficinas, instalaciones recreativas y financieras y de equipamiento urbano, prosiguió hacia las áreas periféricas cercanas y algunos de los polos comerciales se desarrollaron en los centros de antiguas poblaciones conurbadas como Tacubaya, Azcapotzalco, Tacuba y San Ángel entre otras". (véase mapa II.2)

4.- Tercer contorno de crecimiento o anillo exterior. Comprende el crecimiento de la Ciudad de México, a partir de la década del 1970 en adelante. Es cuando existe una mayor intervención estatal en el desarrollo económico, desplazando la inversión privada. Proceso que se ve reflejado en la mayor participación en la producción de bienes y servicios (Lascano 1987).

Se integra a la Ciudad de México la delegación de Milpa Alta, en la parte sureste, y continúa el crecimiento principalmente hacia el Estado de México, que para 1980 se suman los municipios de Chalco, Chicoloapan, Ixtapaluca, Nicolás Romero, Tecamac y Texcoco. Así como Acolman, Cuautitlán, Jaltenco, Nextlalpan, Tultepec, Cuautitlán Izcalli.

De esta forma para 1980 la área metropolitana de la Ciudad de México queda constituida por las 16 delegaciones del Distrito Federal y 21 municipios del Estado de México. De estos últimos, 17 tienen parte de área urbana de la ciudad, denominándose conurbados al área urbana de la Ciudad de México (Garza 1992).

Como lo menciona Delgado (1990:242) "Paradójicamente, este periodo es el de mayor conflicto, a pesar de las reducciones relativas del crecimiento poblacional y urbano. El impacto metropolitano llega más allá del límite urbano y alcanza prácticamente a todo el valle de México, impulsado por un nuevo crecimiento industrial en Izcalli- Tultitlán desde 1971 y la restricción a nuevos asentamientos en el D.F."

Durante esta etapa el segundo anillo de crecimiento pasa de ser una zona periférica a una zona interior, al mismo tiempo que se genera una nueva zona periférica; al existir una invasión y sucesión del uso del suelo.

Como se puede observar en la gráfica II.1 el crecimiento de la población realmente fue menor a las décadas anteriores, sin embargo, durante la década de 1980 y 1990, se espera que el crecimiento, haya sido por el movimiento de la población de los círculos interiores hacia la periferia de la ciudad, como lo marca Ward (1985) provincia - anillo intermedio - periferia; como consecuencia de buscar una propiedad de vivienda.

En relación a la actividad comercial Chías 1979:50 menciona que:

"La organización y complejidad del comercio en las zonas urbanas han dado lugar a una estructura mercantil propia. En la Ciudad de México, por ejemplo, se puede advertir cómo el sistema distributivo de mercancías es cada vez más amplio y complejo, como resultado del crecimiento urbano y la dispersión paulatina del consumo. Las zonas comerciales, ubicadas generalmente en el centro, no pueden satisfacer todo el mercado ciudadano, lo cual favorece la existencia de nuevos establecimientos"

Lo que finalmente lleva a una expansión de la actividad comercial hacia toda la ciudad, de esta forma en la década de 1970, la estructura comercial se puede observar como la plantea Bataillon 1973, Unikel 1978, Chías 1979, (véase mapa II.2).

1.- Se conserva el centro de la ciudad, como área principal de comercio, asimismo continúan funcionando los mercados principalmente de la Merced y Jamaica como distribuidores de verduras y frutas

2.- La descentralización del comercio se genera principalmente sobre las vías de comunicación que finalmente se unen al centro de la ciudad, entre las que las avenidas de: Insurgentes, Universidad, División del Norte, Revolución, Eje Central, Tacubaya y Calzada de Tlalpan.

3.- Continúa la proliferación de tiendas de autoservicio y generación de Plazas comerciales donde se agrupan comercios de todo tipo, abarcando grandes superficies y amplio estacionamientos, haciendo más atractivo el sistema de ventas. Entre ellos destacan, Aurrerá Buenavista, Suburbia Insurgentes, Sears Insurgentes, Gigante División del Norte, Woolworth, Plaza Universidad, Plaza Satélite

4.- Generación de diversos establecimientos pequeños y medianos que se distribuyen en toda la ciudad como respuesta al crecimiento de la población, expresado por misceláneas, carnicerías, tortillerías, panaderías, etcétera.

Es importante mencionar que destacan la generación de grandes tiendas de almacenes y de autoservicio en cadena que ofrecen todo tipo de productos.

II.2 DISTRIBUCION ESPACIAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE MEXICO

El objetivo de esta sección, es determinar la distribución espacial de la actividad comercial en la ciudad de México, para ello se emplearon datos del número de establecimientos dedicados a la actividad comercial; ya que como lo menciona Chias (1979:30)

"El análisis de la estructura del espacio comercial se centra en los establecimientos comerciales. Estos además de ser bastante representativos del comercio, le dan una fisonomía propia al espacio y permiten cuantificar el rango de las relaciones comerciales que se establecen entre las zonas de producción y de consumo, así como jerarquizar la importancia de los distintos centros de comercio"

El crecimiento de la ciudad de México trajo consigo la difusión de la actividad comercial, ya que el desarrollo e integración de nuevas áreas a la zona urbana, exigió la proliferación de nuevos establecimientos comerciales, desde los más pequeños, como las tiendas de abarrotes hasta los grandes complejos comerciales, como las tiendas en cadena.

A nivel general la actividad comercial se divide en dos grandes rubros: comercio exterior y comercio interior. En el presente trabajo se analiza el comercio interior, cuya finalidad es la distribución de bienes al mercado interno, formado por la población residente del lugar.

Con el objeto de definir la distribución espacial de los establecimientos, se obtuvo información estadística para los años 1986, 1988 y 1994, asimismo, fueron consultados datos del año de 1975, como antecedente a la crisis económica ocurrida en 1982, por la caída del precio del petróleo. Cabe aclarar que los datos correspondientes al año de 1994, son preliminares y en general se refieren principalmente a la localidad o localidades más importantes de los municipios del Estado de México, siendo esta información representativa para cada municipio.

Por lo tanto se empleó la información de 1994, para determinar la distribución de los establecimientos comerciales, sin embargo, los datos de 1986 y 1988, sirvieron para

realizar un análisis de su crecimiento después de la crisis económica antes mencionada. (véase tabla II.2)

TABLA II.2 ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO POR CONTORNOS DE CRECIMIENTO

	1976	%	1986	%	1988	%	1994	%
ZMCM	149 264		167 445		188 318		261 673	
Cd. Central	69 283	46.4	54 931	32.8	58 445	31.0	69 003	26.4
1er contorno	63 515	42.6	80 669	48.2	87 680	46.5	118 630	45.3
2do contorno	11 948	8.0	23 973	14.3	29 889	15.9	52 945	20.2
3er contorno	3 875	2.6	7080	4.2	11 247	6.0	19 334	7.4
4 contorno	642	0.4	792	0.5	873	0.6	1 756	0.7

FUENTE: VII Censo comercial 1976, datos de 1975 INEGI 1976

IX Censo comercial 1986, datos de 1985 INEGI 1986

X Censo comercial y de servicios. Resultados definitivos 1989 INEGI

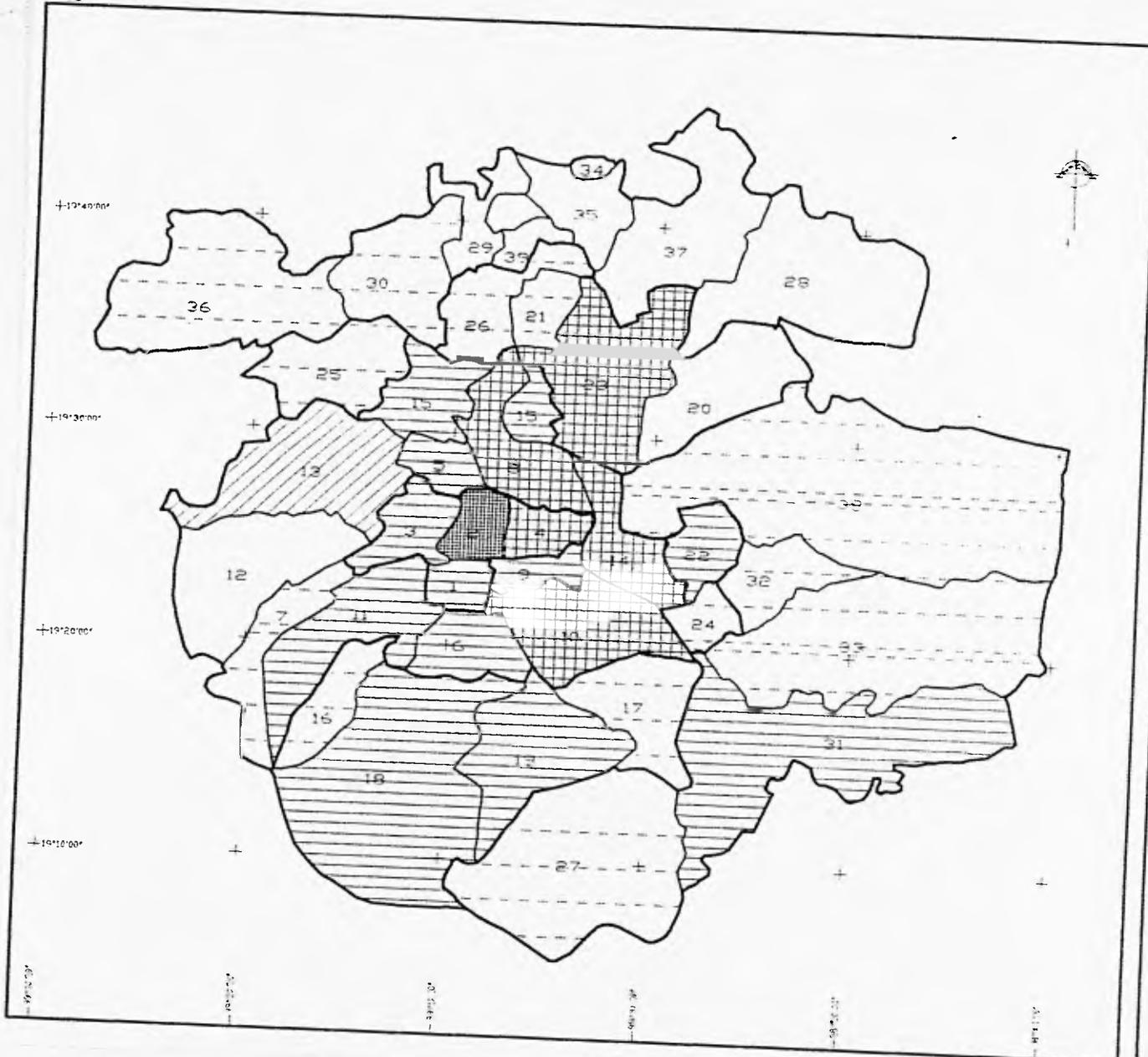
Censos económicos 1994, Resultados oportunos 1994 INEGI

México compendio de datos y estadísticas 1994, CANACO de la Ciudad de México

Cabe mencionar que para 1990 son integrados los municipios del Estado de México, Melchor Ocampo, Teoloyucan, Tepozotlán y Zumpango a la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, considerándolos como un cuarto anillo (Negrete 1993).

Analizando los datos, se observa una marcada concentración del comercio en la ciudad central y el primer anillo de crecimiento, principalmente en la década de 1970, donde las dos primeras áreas cubren el 89.0% de la actividad comercial, destacando la ciudad Central con un poco más del 45%. En la década de 1980 estas dos zonas representan el 70%, existiendo una disminución de la participación porcentual, en dichos anillos, aunque a nivel de números absolutos existe un incremento importante de establecimientos, principalmente en el primer contorno de crecimiento, hecho que se puede deber a los procesos de reubicación del comercio informal y remodelación del centro histórico; conservando de esta manera la mayor localización de los establecimientos, en la ciudad central y el primer contorno, dejando al segundo y tercer contorno (que conforman la periferia urbana) con el 30% de los establecimientos, como se muestra en el mapa II.3 y tabla II.3, sin embargo, al observar el comportamiento del porcentaje de los diferentes contornos, se encuentra que existe una disminución en la ciudad central y el primer anillo, mientras que los últimos presentan una tendencia de crecimiento porcentual y de números absolutos en el periodo analizado. Lo anterior señala el proceso de un aumento de la participación de la periferia urbana en la distribución de los establecimientos comerciales, destacando el segundo contorno de crecimiento, que cubre el 20%, y ocupa el segundo lugar de aumento en número de establecimientos.

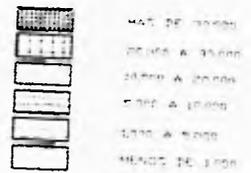
MAPA 3



DISTRIBUCION DE LA ACTIVIDAD
COMERCIAL
EN LA CIUDAD DE MEXICO
1994

- LIMITE DE DELEGACION + MUNICIPIO
- ANILLO DE CRECIMIENTO
- 36 NÚMERO DE MUNICIPIOS O DELEGACION

CONCENTRACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES



Fuente: Atlas de la CDMX México (1994)
INEGI (1994)
Elaboración: María Dolores Cruz López

TABLA II.3 NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN LA CIUDAD DE MEXICO

UNIDAD POLITICO-ADMINISTRATIVA	1986	1988	1994	%1986	% 1988	%1994
CIUDAD CENTRAL	54931	58445	69003	32.8	31.0	26.4
Cuauhtémoc	23201	26032	31034	12.7	13.8	11.9
Benito Juárez	7329	7796	8983	4.0	4.1	3.4
Miguel Hidalgo	8928	9045	9743	4.9	4.8	3.7
Venustiano Carranza	15473	15572	19243	8.5	8.3	7.3
PRIMER CONTORNO	80669	87680	118 630	48.2	46.5	45.3
Alvaro Obregon	4993	5112	6741	2.7	2.7	2.6
Azcapotzalco	6454	6341	7488	3.5	3.4	2.9
Coyoacán	5154	5489	7253	2.8	2.9	2.8
Gustavo A. Madero	16133	15742	20073	8.8	8.3	7.7
Iztacalco	6001	6085	7482	3.3	3.2	2.9
Iztlapalapa	16690	21018	28523	9.1	11.2	10.9
Cuajimalpa	885	1108	1464	0.5	0.6	0.6
Naucalpan	5499	6568	10232	3.0	3.5	3.9
Nezahualcoyotl	13578	14306	20579	7.4	7.6	7.9
Tlalnepantla	4943	5460	8574	2.7	2.9	3.3
Huixquilucan	339	451	221	0.2	0.2	0.1
SEGUNDO CONTORNO	23973	29889	52945	14.3	15.9	20.2
Magdalena Contreras	1143	1278	1871	0.6	0.7	0.7
Tlalpan	3089	4227	6612	1.7	2.2	2.5
Tláhuac	2256	2447	3738	1.2	1.3	1.4
Xochimilco	3655	3773	5878	2.0	2.2	2.2
Chimalhuacán	1326	2155	5104	0.7	1.1	1.9
Ecatepec	8603	10826	20557	4.7	5.7	7.8
Atizapan	1058	1363	3257	0.6	0.7	1.2
Coacalco	567	866	1813	0.3	0.5	0.7
La Paz	1202	1503	2449	0.7	0.8	0.9
Tultitlán	936	1211	1489	0.5	0.6	0.6
Atenco	138	240	177	0.07	0.1	0.06
TERCER CONTORNO	7080	11247	19334	4.2	6.0	7.4
Milpa alta	665	977	1292	0.4	0.5	0.5
Cuautitlán	541	765	937	0.3	0.4	0.3
Acolman	198	179	119	0.1	0.5	0.04
Chalco	998	2706	6280	0.5	1.4	2.4
Chicoloapan	357	610	1026	0.2	0.3	0.4
Ixtapaluca	1321	1190	2264	0.7	0.6	0.9
Jaltenco	37	46	174	0.02	0.02	0.1
Nextlalpan	38	42	109	0.02	0.02	0.04
Nicolás Romero	839	1163	2005	0.5	0.6	0.8
Tecamac	602	867	260	0.3	0.5	0.1
Texcoco	935	1224	1595	0.5	0.7	0.6
Tultepec	165	244	450	0.1	0.1	0.2
Cuautitlán Izcalli	384	1214	2828	0.2	0.6	1.1
CUARTO CONTORNO	792	873	1756	0.5	0.6	0.7
Melchor Ocampo	139	184	355	0.07	0.09	0.1
Teoloyucan	213	156	372	0.1	0.08	0.1
Tepotzotlán	120	132	333	0.06	0.07	0.1
Zumpango	320	585	696	0.2	0.3	0.3

FUENTE: IX Censo Comercial 1986, datos de 1985. INEGI 1986, X Censo comercial y de servicios. Resultados definitivos 1989 INEGI. Censos económicos 1994, Resultados oportunos 1994 INEGI. México compendio de datos y estadísticas 1994, CANACO de la Ciudad de México

A continuación se describe la distribución por contornos de crecimiento utilizando la información de 1994.

1.- Ciudad central. Presenta una concentración de la actividad comercial, ocupando por número de establecimientos el segundo lugar a nivel ciudad, después del primer anillo, sin embargo, al comparar la superficie y el número de unidades administrativas involucradas en ambas áreas, se observan que la Ciudad Central esta constituida por 4 unidades político-administrativas, las cuales cubren una área de 142.09 km². soportando en ella 69,152 establecimientos, dando como resultado una densidad de 487 establecimientos por km², mientras que el primer contorno se encuentra constituido por 11 unidades, que suman una superficie de 897.26 km², en los cuales se localizan 118,630 establecimientos, presentando una densidad de 132 establecimientos por Km², mostrando que la Ciudad central cuadruplica la densidad del primer contorno, por lo tanto, se puede deducir que la actividad comercial aún se mantiene concentrada en la Ciudad central, conservando su importancia como centro principal del comercio, sin embargo existe una competencia entre ambas áreas.

Lo anterior se ve reflejado en las cuatro unidades que conforman el área, ya que presenta más de 5000 establecimientos cada una (véase mapa II.3), destacando la delegación de Cuauhtémoc, la cual presenta el 11.8% de toda la ciudad, siendo el porcentaje más alto, con más de 30 000 unidades, en segundo lugar se encuentra la delegación de Venustiano Carranza con el 7.3%, es importante destacar que dentro de esta delegación se localizan los mercados de La Merced, Jamaica y Sonora, que son centros de acopio y distribución de mercancías.

2.- Primer contorno o anillo de crecimiento Esta zona rodea a la ciudad central, se conforma por 11 unidades administrativas, ambas condiciones de cercanía al centro y mayor extensión, hacen que esta área concentre más del 40% de los establecimientos en los tres años analizados. Dentro de esta área destaca la delegación de Iztapalapa, que concentra el 10.9%, ocupando el segundo lugar a nivel ciudad, después de la delegación Cuauhtémoc; incrementando el número de establecimiento para los tres años, por lo tanto en su participación porcentual, esto se debe principalmente a que en ella se localiza la central de abastos.

Dentro de este contorno de crecimiento, se conforman tres sectores, de acuerdo al número de establecimientos (véase mapa II.3), estos sectores se unen con delegaciones que forman parte de otros contornos.

a) Sector noreste, formado por la delegación Gustavo A. Madero con el 7.6%, el municipio de Nezahualcoyotl con el 7.6%, que después de las delegaciones de Cuauhtémoc e Iztapalapa, tienen mayor porcentaje a nivel ciudad, caracterizadas por presentar más de 20,000 establecimientos cada una, sin embargo, estas unidades a lo largo de los tres años presentan una ligera disminución de su participación a nivel porcentual. (véase tabla II.3 y gráfica II.2)

b) Sectores orientados hacia el noroeste y sureste, conformados por las unidades que presentan entre 5 000 y 10 000 establecimientos, en general presentan entre el 2.7 % y el 3.5% de la ciudad; el primer sector lo componen la delegación de Azcapotzalco, y los municipios del Estado de México como Tlalnepantla y Naucalpan, destacando el último por presentar un nivel de más de 10,000 establecimientos y el segundo sector por las delegaciones de Alvaro Obregón y Coyoacán, que colindan con la zona centro. Como se puede observar existe una diferencia de porcentaje muy fuerte entre el este nivel y el anterior.

c) Finalmente la delegación de Cuajimalpa y el municipio de Huixquilucan, con el 0.5% y el 0.8% respectivamente, presentando menos de 5 000 establecimientos cada uno, estas unidades son las más alejadas de la zona centro, sin embargo, presentan un leve aumento en su porcentaje a lo largo de los tres años.

En general las unidades involucradas en este contorno, presentan una tendencia de crecimiento (véase gráfica II.2), sin embargo en cuanto a su participación porcentual tienden a una disminución. (véase tabla II.2)

3.- Segundo contorno de crecimiento. En términos generales presenta una misma tendencia en los años analizados, manteniendo menos del 25% de los establecimientos de la ciudad.

Hacia el interior del contorno las unidades presentan diferentes niveles de concentración de establecimientos, destacando el municipio de Ecatepec que tiene el 7.8% y el nivel entre 20,000 y 30,000 establecimientos, presentando para los tres años

una tendencia de crecimiento; éste municipio se encuentra contiguo a la delegación de Gustavo A. Madero y el municipio de Nezahualcoyotl, que junto con Venustiano Carranza e Iztapalapa, conforman un sector importante de concentración de establecimientos a nivel ciudad.

Por otra parte las delegaciones de Tlalpan con el 2.0% y Xochimilco 1.9% presentan el nivel 5000 a 10 000 establecimientos. conformando una continuación del sector suroeste del primer contorno, de esta forma a nivel ciudad existe un segundo sector bien definido, localizado hacia el oeste partiendo desde el centro. (véase mapa II.3)

El resto de las unidades cuentan con menos de 5 000 cada una, siendo estas la unidades más alejadas de la ciudad central.

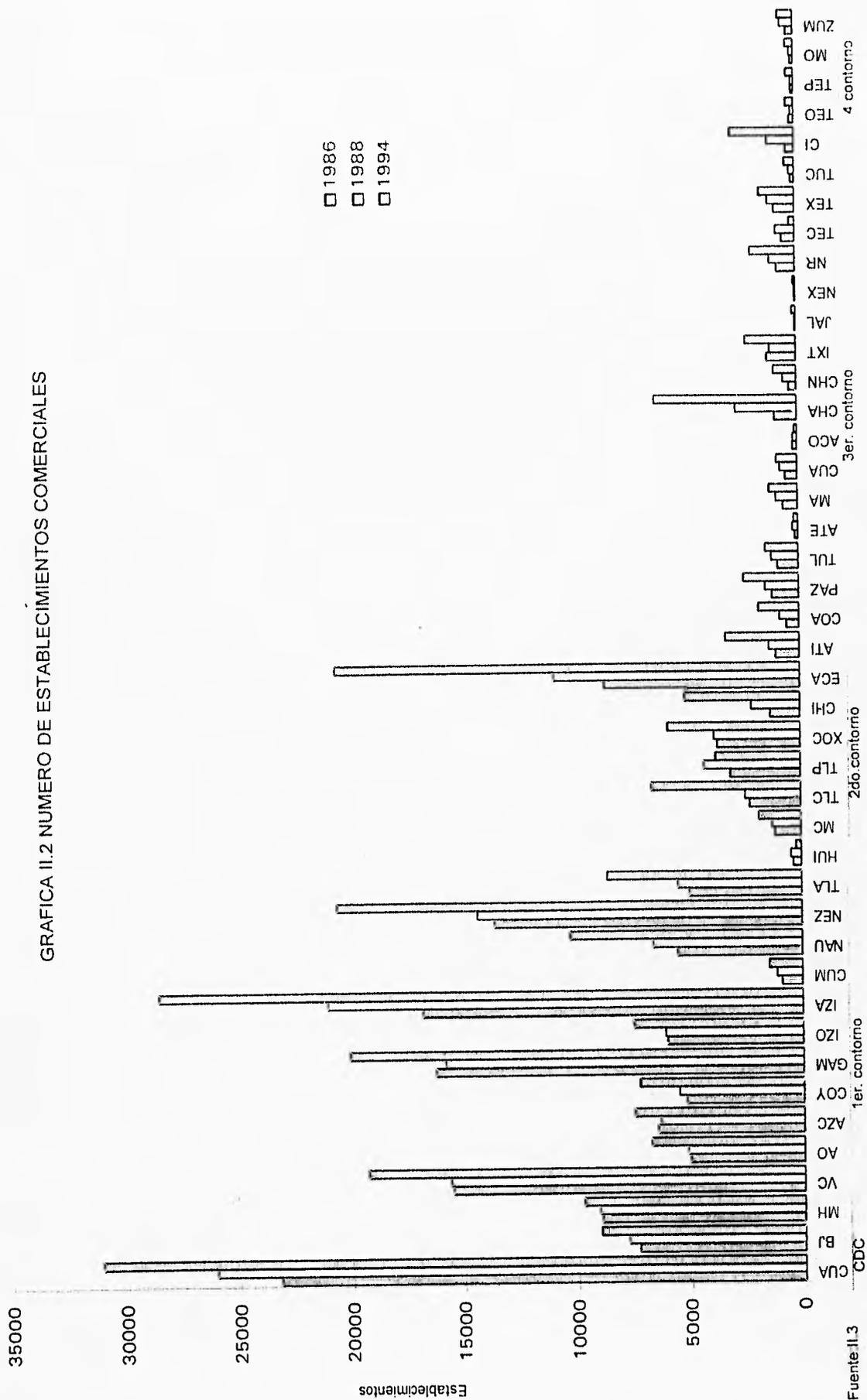
Por otra parte es importante señalar que en algunas unidades de este contorno presenta una tendencia de crecimiento entre 1986 y 1994 , en este caso son: la delegación de Tlalpan que pasa del 1.7 al 2.5% y el municipio de Ecatepec de 4.7 al 7.9%.

4.- Tercer contorno de crecimiento y cuarto contorno. Al estar integrados por unidades periféricas, se caracterizan por presentar los niveles más bajos de concentración, con menos de 5 000 establecimientos cada uno, que representan para 1994 el 7.4 % y el 0.7% respectivamente. En general las unidades que componen dichas áreas, presentan menos del 1%, exceptuando el municipio de Chalco con el 2.4%, sin embargo presenta un incremento en su porcentaje a nivel ciudad.

En términos generales, existe una concentración de establecimientos en las unidades que constituyen territorialmente la ciudad central y el primer anillo de crecimiento. Destacándose por mayor número de establecimientos: las de delegaciones de Cuauhtémoc, Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, y los municipios de Nezahualcoyotl y Ecatepec.

Es importante destacar que Venustiano Carranza mantiene su participación porcentual para los tres años del 8%, con excepción de 1994 que baja al 7%, en dicha delegación se localizan los mercados de la Merced, Jamaica y Sonora; así como la delegación Gustavo A. Madero con 8% y 7% que pertenece al primer anillo de crecimiento y los

GRAFICA II.2 NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES



Fuente: I.I.3

CLAVES DE LAS GRAFICAS II.2 Y II.3

ENTIDAD	CONTORNO	CLAVE
CUAUHTEMOC	CDC	CUA
BENITO JUAREZ	CDC	BJ
MIGUEL HIDALGO	CDC	MH
VENUSTIANO CARRANZA	CDC	VC
ALVARO OBREGON	1	AO
AZCAPOZALCO	1	AZC
COYOACAN	1	COY
GUSTAVO A. MADERO	1	GAM
IZTACALCO	1	IZO
IZTAPALAPA	1	IZA
CUAJIMALPA	1	CUM
NAUCALPAN	1	NAU
NEZAHUALCOYOTL	1	NEZ
TLANEPANTLA	1	TLA
HUIXQUILUCAN	1	HUI
CONTRERAS	2	MC
TLAHUAC	2	TLC
TLALPAN	2	TLP
XOCHIMILCO	2	XOC
CHIMALHUACAM	2	CHI
ECATEPEC	2	ECA
ATIZAPAN	2	ATI
COACALCO	2	COA
LA PAZ	2	PAZ
TULTITLAN	2	TUL
ATENCO	2	ATE
MILPA ALTA	3	MA
CUATITLAN	3	CUA
ACOLMAN	3	ACO
CHALCO	3	CHA
CHICOLAPAN	3	CHN
IXTAPALUCA	3	IXT
JALTENCO	3	JAL
NEXTLALPAN	3	NEX
NICOLAS ROMERO	3	NR
TECAMAC	3	TEC
TEXCOCO	3	TEX
TULTEPEC	3	TUC
CUATITLAN IZCALLI	3	CI
TELOYUCAN	4	TEO
TEPOZOTLAN	4	TEP
MELCHOR OCAMPO	4	MO
ZUMPANGO	4	ZUM
CDC Ciudad central		

municipios de Nezahualcoyotl con el 7% durante los tres años y Ecatepec 5, 6 y 7%, estas unidades pertenecen al primer y segundo contorno de crecimiento, dichos municipios se encuentran conurbados con las delegaciones del D.F.

Finalmente se observa que existe una disminución del porcentaje en las unidades que integran los tres primeros grupos a excepción de las delegaciones de Tlalpan y Xochimilco, consideradas como delegaciones periféricas hacia el sur de la ciudad, asimismo se presenta un aumento en las unidades del ultimo anillo de crecimiento.

De acuerdo a la distribución de los establecimientos comerciales, se definen sectores de concentración, destacándose a nivel ciudad dos, que presentan una dirección norte-sur, localizados al este y oeste a partir de la delegación Cuauhtémoc, mostrando un crecimiento en forma de sectores, alterando los contornos definidos por el crecimiento de la población.

Los datos anteriores muestran que existe una mayor concentración de los establecimientos comerciales en la ciudad central y primer contorno, disminuyendo dicha concentración conforme aumenta la distancia del centro a la periferia, sin embargo si bien es cierto que las unidades administrativas que presentan un mayor número de establecimientos continúan creciendo en números absolutos, el porcentaje de participación va disminuyendo, en los años analizados, con algunas excepciones como la delegación de Iztapalapa y los municipios de Nezahualcoyotl, Naucalpan y Tlalhepantla; éste comportamiento es contrario en las unidades administrativas que presentan menor concentración de establecimientos, por que registran un aumento en el porcentaje de participación, a lo largo de las fechas analizadas, es el caso de las unidades que forman los últimos contornos de crecimiento. (véase gráficas II.2 y II.3) Lo anterior se ve reforzado al realizar el análisis de crecimiento, pues se encuentra que existe una tendencia de mayor crecimiento hacia las zonas periféricas de la ciudad (véase mapa II.4)

En la Ciudad de México se forman dos áreas, conformadas por las características que presentan la unidades analizadas.

Se destacan del resto de las unidades los municipios de Cuautitlán Izcalli y de Chalco que para el periodo de 1986-1994 presentan un crecimiento del 636% y del 529% respectivamente, es decir aumentaron más de cinco veces el número de

establecimientos comerciales, estas unidades se integraron a la Ciudad de México en el tercer anillo de crecimiento. No hay que olvidar que recientemente se ha presentado un incremento de población en el municipio de Chalco.

Primer grupo. Formado por las delegaciones y municipios que constituyen la ciudad central y el primer contorno de crecimiento, las unidades que lo forman presenta un bajo crecimiento de establecimientos siendo menor al 50 %, exceptuando la delegación de Iztapalapa (en ella se localiza la central de abastos) que presenta el 71.1% y Cuajimalpa con un porcentaje de crecimiento del 67%, y los municipios de Naucalpan con el 86%, en este municipio se localizan centros comerciales importantes como Plaza Satélite, Tlalnepantla 73% y Nezahualcoyotl con el 51%, apenas sobrepasando el 50%. Sin embargo, son menores al porcentaje de crecimiento presentados por la unidades periféricas.

Segundo grupo. Formado por las delegaciones y municipios de segundo, tercer contorno de crecimiento. En este grupo se observa una tendencia de crecimiento en las unidades periféricas, que en este caso son :

Al norte: Coacalco, Tultepec, Nextlalpan, Atizapan de Zaragoza, Ecatepec, Jaltenco. Nicolas Romero.

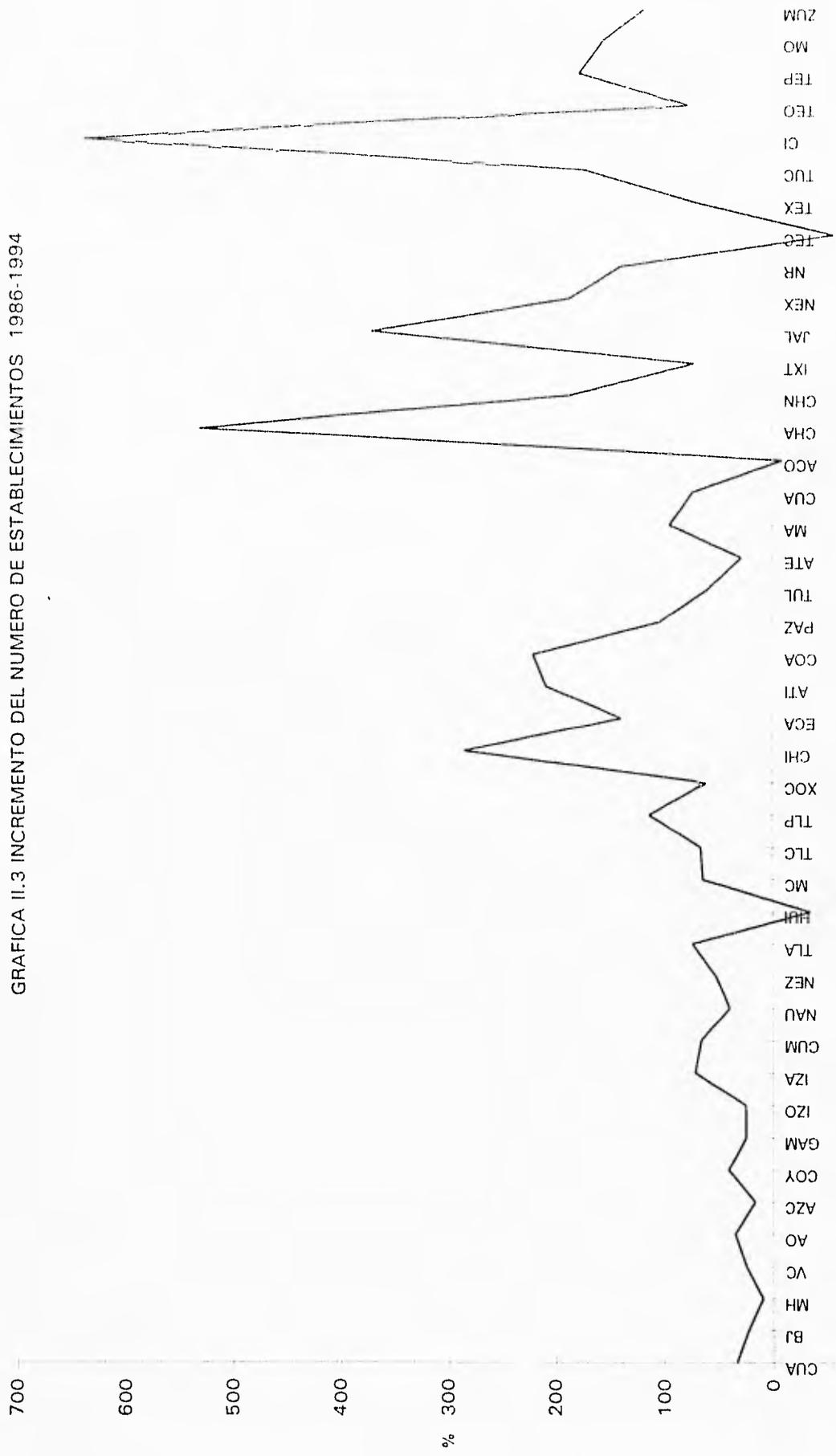
Al sur : Tlalpan, Chalco, Ixtapaluca, Milpa Alta

Al oeste: Chimalhuacan, Chicoloapan y La Paz

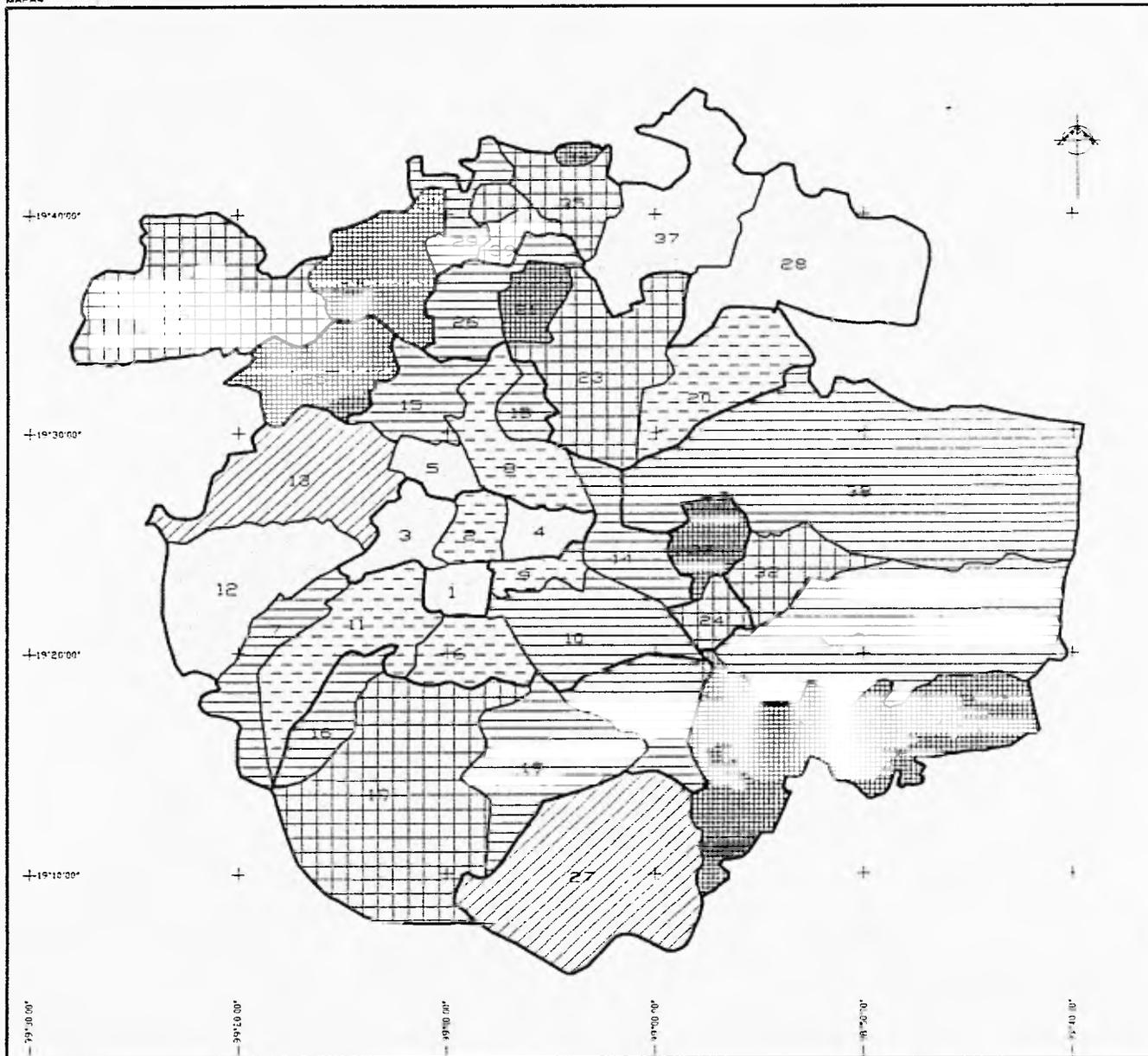
Destacando en primer lugar las unidades con un crecimiento mayor al 200% que en este caso son: Jaltenco con el 370%, Chimalhuacan 284% y Coacalco con el 219%. En segundo lugar la unidades con más del 100%, como son: Chicoloapan con 187%, Nextlalpan 186.84%, Tultepec 172%, Nicolas Romero 138%, Ecatepec 138.9 y La Paz 103%. Finalmente Tlalpan con el 114%, siendo la única delegación dentro de este rango.

Como se observa en la gráfica II.3 conforme se alejan las unidades del centro aumenta su porcentaje de crecimiento, principalmente en los municipios del Estado de México. El comportamiento de las tres etapas analizadas es similar, es decir mayor crecimiento de las unidades periféricas y menor en las centrales, incluso durante la etapa 86-88 existe una disminución de establecimientos en las delegaciones de Azcapotzalco y Gustavo A. Madero y en el periodo de 88-94 en la delegación de Miguel Hidalgo.

GRAFICA II.3 INCREMENTO DEL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS 1986-1994



-100 CDC
FUENTE Tabla II.3



INCREMENTO DE ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES
EN LA CIUDAD DE MEXICO
1986 - 1994

- LIMITE DE DELEGACION Y MUNICIPIO
- ANILLO DE CRECIMIENTO
- DE NUMERO DE MUNICIPIO O DELEGACION

PRELANTA DE CRECIMIENTO

[Solid black]	MÁS DEL 2000
[Dense grid]	1000 A 2000
[Medium grid]	500 A 1000
[Diagonal lines /]	250 A 500
[Diagonal lines \]	100 A 250
[White]	0 A 100

Fuente: Atlas de la Ciudad de México
INEGI (1994)
Elaboró: María Isabel Cruz López

Se presenta el proceso de expansión de la actividad comercial del centro a lo periferia, siguiendo a la población, lo cual se puede constatar al realizar una comparación con las tasas de crecimiento de la población por anillos de crecimiento.

TABLA II.4 TASAS DE CRECIMIENTO POBLACIONAL Y COMERCIAL POR CONTORNOS DE LA ZMCM.

	1980-1990	1984-1994
	Tasa de crecimiento poblacional (1)	Tasa de crecimiento de establecimientos comerciales (2)
Z.M de la ciudad de México	0.6	3.6
Ciudad central	-2.9	2.3
Primer contorno	-0.3	2.9
Segundo contorno	4.4	6.4
Tercer contorno	7.6	7.5

FUENTE: 1) "La Ciudad de México y la nuevas dimensiones de la reestructuración metropolitana", Aguilar 1993.

2) Cálculos propios

De esto se observa lo siguiente: Existe una disminución de población en el núcleo central y el primer contorno, existiendo un aumento en el contorno 2 y 3; siendo este último el que presenta un mayor crecimiento durante la década en la cual se analizan los datos de los establecimientos comerciales. Lo cual hace suponer que el comercio creció conforme fue aumentando la población en las delegaciones del segundo y tercer contorno. Como en las delegaciones de Tlalpan que pertenece al segundo contorno y Milpa Alta que fue la última delegación en incorporarse a la zona metropolitana de la Ciudad de México.

Si bien es cierto estas delegaciones ya se habían incorporado a la zona metropolitana de la Ciudad de México, actualmente presentan un crecimiento de la población y área urbana dentro de su territorio, ya que presentan áreas rurales, que están siendo invadidas, en un continuo proceso de ilegalidad.

II.3 POLITICAS URBANAS DE USO DEL SUELO Y PATRON COMERCIAL

En el presente apartado se definirán las diferentes políticas del control del uso del suelo comercial, con el fin de relacionarlas con el actual patrón espacial del comercio.

3.1 Políticas urbanas de uso del suelo

A lo largo de la historia de la formación de la Ciudad de México, se ha presentado diversos intentos de ordenar o reordenar las actividades desarrolladas en la ciudad, esto lo han realizado por medio de la planeación; sin embargo, es hasta el año de 1928 cuando se hace más evidente dicha actividad, ya que en ese año se crea el Departamento del Distrito Federal; generando diversas leyes, reglamentos y documentos que encierran las principales ideas y fundamentos para la reordenación de la ciudad, por medio de la participación del Estado.

Sin embargo, a partir de 1976 cuando surge la primera Ley de desarrollo urbano para el Distrito Federal, se decreta el Plan Director de Desarrollo Urbano, posteriormente en 1979 se realiza una nueva versión del Plan Director para el Distrito Federal, de éste se derivan los planes parciales para cada delegación política.

El documento que actualmente se encuentra vigente para el ordenamiento territorial del Distrito Federal, es el realizado en 1987 denominado "Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal" que rige el uso del suelo en la entidad.

Dentro de este programa las políticas y líneas de acción con respecto al uso del suelo son:

1.- Una división del Distrito Federal en dos zonas principales de manejo: una zona urbana, localizada en la 16 delegaciones, éstas a su vez serán subdivididas en sectores y una zona de protección ecológica.

2.- Zonificación del suelo con asignación de usos que sean adecuados a los usos del suelo ya establecidos y a las características físico-geográficas de la zona, especificando su compatibilidad o incompatibilidad con el resto de las actividades realizadas en el área.

3.- Propuestas de centro, subcentro y corredor urbano. (Apartado que más interesa en el presente trabajo). Bajo esta modalidad se establece la distribución de áreas comerciales y de servicios para su reordenación. Se observa que en la propuesta, son retomadas las áreas que presentan ya una concentración de dichas actividades. Su expresión espacial puede ser en forma de centros, que por tradición histórica son considerados como centros de abastecimiento, o en forma lineal, que su desarrollo se presenta sobre las principales avenidas de la ciudad.

A partir de estos elementos se formarán los centros, subcentros y corredores urbanos. De esta forma para el Distrito Federal el Plan propone la siguiente estructura urbana:

-Sectores "que constituyen unidades de planeación que respetando los actuales perímetros delegacionales permitirán la organización de las funciones urbanas... Se establecerán además, normas especiales para los centros, subcentros y corredores urbanos con el fin de propiciar las actividades administrativas, económicas, culturales, y recreativas" (Programa General de Desarrollo Urbano. (PGDU) 1987:77).

Los objetivos de los centros urbanos de acuerdo al PGDU del Distrito Federal es "permitir a la ciudad contar en corto plazo, con puntos estratégicos, para la dotación de servicios. Los centros tendrán la capacidad para atender las diversas necesidades de una población aproximada de un millón y medio de habitantes... son considerados zonas especiales de desarrollo controlado." Los centros urbanos propuestos son: Azcapotzalco, Tacuba, Tacubaya, Culhuacán, Iztapalapa, Pantitlán y Tepeyac, correspondientes a los 8 sectores. (véase mapa II.5).

Estos centros toman como base los centros de población que existían y que han concentrado un gran número de comercios, ejemplos son Azcapotzalco, Tacuba y Tacubaya.

Subcentros urbanos

Constituyen áreas de concentración de servicios a nivel intermedio, que se utilizan con mayor frecuencia y serán complementarias a los centros urbanos, su ubicación corresponde a lugares ya consolidados o con posibilidades de serlo, como resultado de las fuerzas del mercado. Se espera que atiendan una población aproximada de 120,000 hab. Se proponen 28 subcentros urbanos. (véase tabla II.5)

Corredores urbanos

Se ubican en las principales avenidas, constituyendo franjas de concentración de servicios y usos habitacionales. Se caracterizan por presentar servicios comerciales de todo tipo y privados. En ellos se desarrollará un nivel de servicios de menor escala que el de los centros y subcentros urbanos y se ubicarán de manera que se eviten los grandes desplazamientos peatonales y el uso de vehículos automotores.

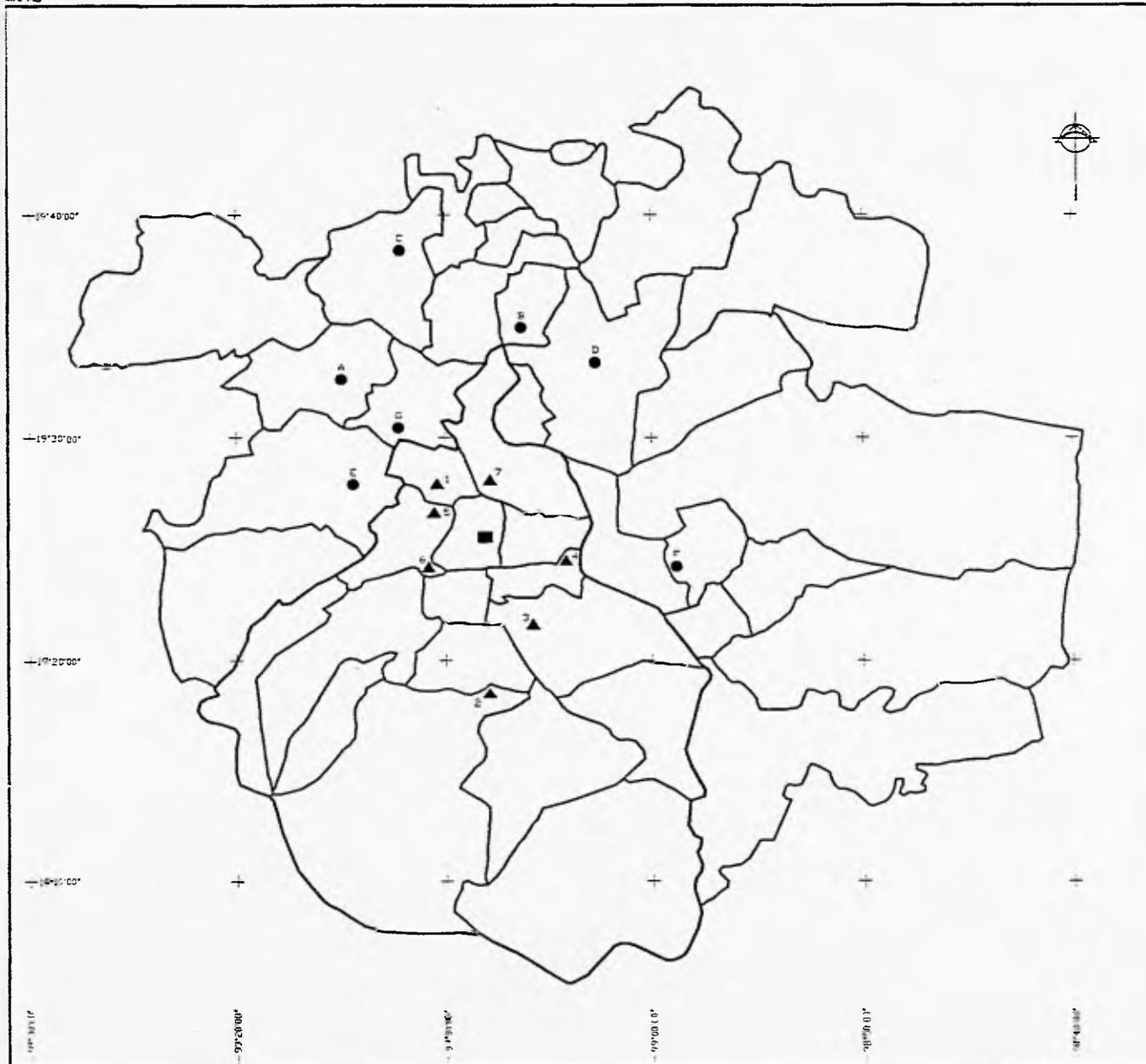
TABLA II.5 ESTRUCTURA URBANA

DELEGACION	CENTROS URBANOS	SCU (1) A MEJORAR	SCU (1) A CONSOLIDAR	CU (2)
Alvaro Obregón		•San Jerónimo	•Santa Fe	
Azcapotzalco	•Azcapotzalco		•El Rosario •Camarones	2
Benito Juárez			•Los Venados •Xola •Mixcoac	5
Coyoacán	•Culhuacán	•Coyoacán •Perisur	•La Salud •Santa Ursula •Huayamilpas	6
Cuajimalpa			•Bosque de Cedros •El Yaqui-Navidad	1
Cuauhtémoc	•Centro metropolitano			9
Gustavo A. Madero	•Tepeyac	•Campestre Aragón	•Arbolillo	9
Iztacalco	•Pantitlán			3
Iztapalapa	•Iztapalapa	•San Antonio Culhuacán	•Ejército Constitucionalista •Canal de Garay	4
Magdalena Contreras		•Santa Teresa		1
Miguel Hidalgo	•Tacuba •Tacubaya	•Cuatro Caminos Galerías •Bosques de las Lomas		7
Milpa Alta				
Tláhuac			•San Pedro Tláhuac	
Tlalpan	•Culhuacán		•Tlalpan	1
Venustiano Carranza		•Jamaica •Aeropuerto		8
Xochimilco		•Xochimilco		

(1) SCU Subcentro urbano

(2) CU Corredor urbano

FUENTE: D.D.F Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal 1987-1988



LOCALIZACION DE CENTROS URBANOS Y REGIONALES EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CD. DE MEXICO

— LIMITE DEL DISTRITO FEDERAL
 — LIMITE DE DELEGACION Y MUNICIPIO

- CENTRO HISTORICO
- ▲ CENTRO URBANO
- 1.- AZCAPOTZALCO
- 2.- CULHUACAN
- 3.- IZTAPALAPA
- 4.- PANTITLAN
- 5.- TACUBA
- 6.- TACUBAYA
- 7.- TEPEYAC
- CENTRO REGIONAL
- A.- ATIZAPAN DE ZARAGOZA
- B.- COACALCO
- C.- CUAUTITLAN IZCALLI
- D.- ECATEPEC
- E.- NAUCALPAN
- F.- NEZAHUALCOYOTL - CHIMALHUACAN
- G.- TLANEPANTLA

25 Km

Fuente: Atlas de la Cd. de México (1988)
 Programa de Desarrollo Urbano
 del Distrito Federal (1987)
 Elaboró: María Isabel Cruz López

Los centros urbanos del Distrito Federal son complementados con los centros regionales propuestos para los municipios del Estado de México, que se encuentran conurbados con el D.F., dentro del plan son considerados los centros de: Naucalpan, Tlalnepantla, Atizapan de Zaragoza, Cuautitlán Izcalli, Coacalco, Ecatepec y Nezahualcoyotl-Chimalhuacán.

Del Programa General de Desarrollo Urbano se derivaron los planes parciales de desarrollo urbano para cada delegación, en dichos planes nuevamente se realiza una propuesta de estructura urbana, introduciendo el nivel de centro de barrio, cuyo objetivo es apoyar a los subcentros urbanos. La estructura corresponde a la organización propuesta en el Plan General.

La concentración de la actividad comercial en la zona centro de la ciudad, originó que la población recurriera continuamente a él, ya que no sólo se concentra la actividad comercial sino también las principales actividades de oficinas y servicios en general; esto originó diversos problemas por la aglomeración de actividades, originando una difusión de la actividad comercial hacia la periferia, siguiendo a la población. Esta difusión originó la generación de diferentes áreas con dichas actividades, sin embargo su crecimiento fue en forma anárquica, en respuesta del crecimiento de la ciudad de México. Como lo menciona Corral (1991:5)

" El momento fue propicio para que se iniciara el establecimiento de las cadenas de grandes almacenes que de acuerdo con su análisis de mercado, localizaron sus instalaciones fuera de la zona centro... la ausencia de un programa firme en cuanto a la polarización de los núcleos de actividades permitió que estos se fueran ubicando en forma natural"

Ya que la localización del comercio está en base a la demanda y a la accesibilidad principalmente, lo cual provoca el requerimiento de áreas para dicha actividad, por lo tanto el objetivo de los centros urbanos como lo menciona Corral (1991) es ayudar al ordenamiento territorial, pues concentrarán actividades similares al centro de la ciudad, sin embargo estarán mejor distribuidos.

Finalmente se puede decir, que la estructura urbana propuesta por El Plan de Desarrollo Urbano toma como base a la estructura espacial de la actividad comercial, que fue conformada a lo largo de la historia de la Ciudad de México, asimismo la

propuesta fomentó la consolidación de dicha estructura. Se necesita un mayor control y zonificación en aquellas zonas caracterizadas por la concentración de la actividad comercial.

3.2 Patrón espacial de la actividad comercial en la Ciudad de México

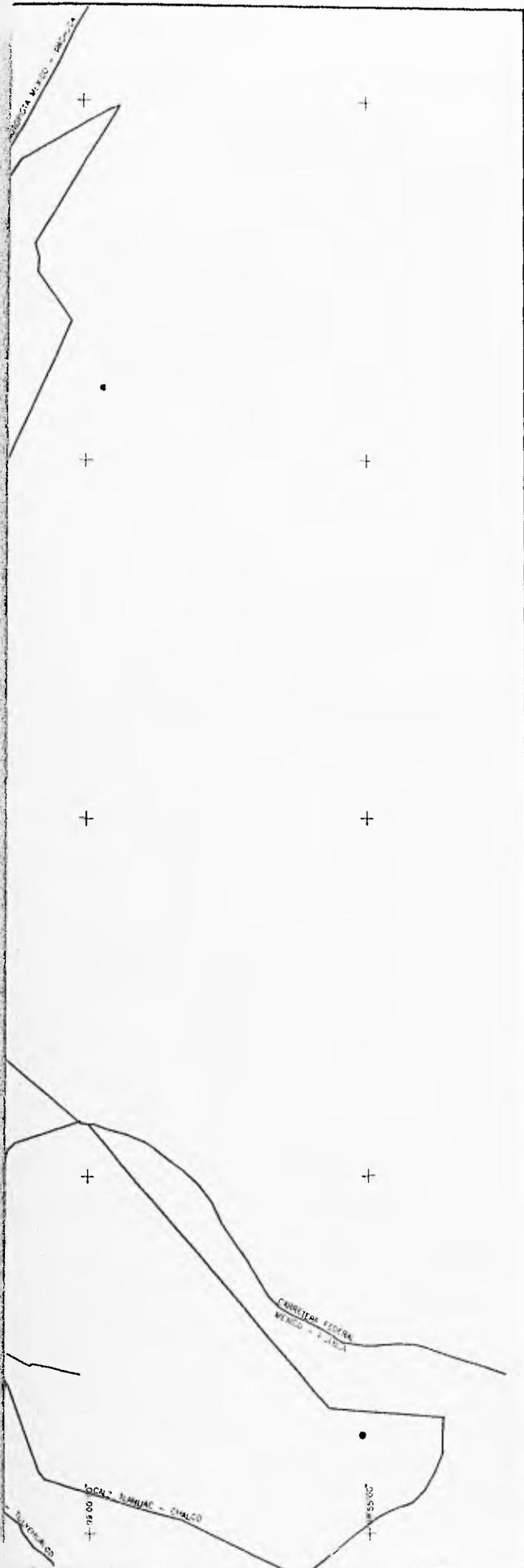
Con base al análisis del crecimiento de la zonas comerciales principales de la ciudad, a las políticas del uso del suelo y a la distribución de los establecimientos, se observa la siguiente estructura espacial del comercio (véase mapa II.6), conformada por diferentes formas de agrupación: centros comerciales, en forma lineal y comercio aislado, sin embargo, dentro del primer rubro existen diferentes tipos de centros o zonas comerciales:

1) Principal centro de comercio y servicios o CBD metropolitano. Existe un centro principal en el cual se concentran las actividades comerciales de la ciudad, constituye el denominado CBD de la literatura, es decir el distrito central de negocio, es la zona comercial más importante de la ciudad, en él se puede encontrar todo tipo de mercancías con diferentes tipos de venta, tanto al mayoreo como al menudeo. Dicha zona se conforma principalmente por la ciudad central.

De acuerdo a su desarrollo histórico la zona centro, se ha visto incrementada en número y tipo de comercios, formando áreas especializadas de ventas ya sea por artículos como ejemplo la Calle República del Salvador, en la cual se localiza por una parte artículos de papelería y por otro productos de electrónica o por ventas al por mayor como los grandes mercados, como: La Merced, Jamaica, Sonora; así mismo los principales comercios de departamentos como Liverpool, Palacio de Hierro, entre otros. En la ciudad de México a esta zona se le denomina "El Centro", en ella se localizan las zonas comerciales más importantes de la ciudad, así como la principal actividad administrativa del país, localizándose el Palacio Nacional, el Departamento del Distrito Federal y algunas secretarías de Estado. Asimismo se localizan zonas de interés cultural como museos y teatros destacándose Bellas Artes y el Auditorio Nacional.

El centro se localiza principalmente en la delegación de Cuauhtémoc y algunas zonas de las delegaciones de Miguel Hidalgo, Venustiano Carranza y Benito Juárez, lo cual explica la presencia de un mayor porcentaje de establecimientos en dichas unidades

PATRON ESPACIAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE MEXICO



- PRINCIPALES AVENIDAS
 - CBD
DISTRITO CENTRAL DE NEGOCIOS
 - ▨ AREAS DE CONCENTRACION COMERCIAL
 - CA SECTOR COMERCIAL
 - CA CENTRAL DE ABASTOS
- COMERCIO MODERNO DE CAPITAL EXTRANJERO
- * HOME MART
 - PRICE CLUB
 - ▲ SAM'S CLUB
 - WAL MART

ESCALA GRAFICA

9 Km

Fuente: Gutiérrez de McGregor, M.T. et al (1989)
D.D.F. (1983)

Elaboró: María Isabel Cruz López

administrativas. La misma expansión de la actividad comercial dificulta la definición de los límites de la zona central

2) Áreas de concentración comercial. En la ciudad existen áreas comerciales, en las cuales se concentran los establecimientos de comercio en una forma complementaria, estas zonas se encuentran repartidas en algunos puntos principales de la ciudad. Las áreas pueden funcionar como centros regionales, locales o vecinales, conforme a la clasificación de Berry.

Dentro de este rubro se consideran todas aquellas áreas que presentan varios establecimientos comerciales, considerando que existen sus diferencias entre las diversas agrupaciones definidas en este trabajo.

a) Zonas comerciales que tuvieron su origen en forma histórica, es decir se fueron ubicando diferentes establecimientos comerciales como complemento a los ya establecidos, en áreas con cierta importancia comercial, por que ya existía la actividad y/o se consideraba como un centro estratégico de afluencia de la población, como puede ser un mercado, o por que existía un asentamiento anterior: como San Angel en la delegación de Coyoacán y Alvaro Obregón, Tacuba en Azcapotzalco, Tacubaya en la delegación Miguel Hidalgo, Centro de Coyoacán en Coyoacán, estos centros llegan a constituir centros regionales, y en general son retomados para formar los centros urbanos definidos en el Plan de Desarrollo Urbano.

b) Centro comercial. Existe un proceso que se caracteriza por localizar comercios en la misma área donde se establece un supermercado o tienda de autoservicios, como lo menciona Quintana (1992), se localizan diversos locales por medio de concesión, fuera del establecimiento, recibiendo los beneficios de afluencia de clientela que llega a comprar a las grandes tiendas, de tal forma, que estas últimas actúan como polos de atracción de compradores que van a disponer de mercancías que no se encuentran en el almacén principal. O como la creación de plazas comerciales donde coexisten diversos comercios como tiendas departamentales.

Quintana (1992) define a los centros comerciales como "un centro de compras de bienes de consumo, que son base en una organización adecuada logra reunir a varias empresas comerciales de giros distintos que se complementan entre sí, formando todas ellas la infraestructura necesaria para atraer a un gran número de visitantes", finalmente

son denominados centros comerciales o plazas comerciales, como ejemplo son: Plaza Satélite, en Naucalpan, Plaza Universidad en Benito Juárez, Perisur en Coyoacán, Galerías Insurgentes en Benito Juárez, por citar algunos.

c) Supermercado y tiendas departamentales. Si bien es cierto este tipo de tiendas se localizan en las áreas comerciales, como el CBD, o en plazas comerciales, también se pueden localizar en forma individual y dispersa o localizarse cerca de alguno centro comercial ya establecido, como es el caso de Aurrera cerca del centro comercial Perisur; este tipo de comercio constituyen un centro vecinal, asimismo, pueden fomentar el establecimiento de otros comercios, hasta llegar a formar en un centro comercial, convirtiéndose de esta manera en generadores de grandes centros de actividad comercial, que pueden llegar a formar macrocentros comerciales, como es el caso de La Comercial Mexicana, Gigante, de Todo. Entre los diferentes supermercados destacan las siguientes firmas: Aurrera, Sumesa, Superama, La Luna. Las tiendas departamentales son representadas por: Woolworth, Liverpool, Sears, Palacio de Hierro, Suburbia.

d) Comercio moderno de capital extranjero. Dentro de este rubro se encuentran las tiendas de venta al mayoreo y menudeo pero de productos exclusivamente de importación, de acuerdo con CANACO de la ciudad de México (1994)

"el concepto de modernidad comercial en esta década, se sustenta en procesos de coinversión o asociación; por ejemplo en nuestro país se está dando con los grandes consorcios estadounidenses y con la estrategia de presentarse como Club comercial"

De entre ellos destacan: Price Club, Home Mart, Sam's Club, Wal Mart, que su localización tiende ser hacia zonas alejadas del centro de la ciudad, como se puede ver en el mapa II.6, por necesitar grandes espacios, tanto para la tienda como el estacionamiento así como la accesibilidad a ellos.

3) Central de abastos. La central de abastos, surge de la necesidad de dar solución a los problemas que se presentaban en la zona centro, como es la falta de infraestructura e instalaciones necesarias para tener un abasto adecuado, ya que al ubicarse los principales mercados de mayoreo en el centro y por su mismo crecimiento se demandó espacio, para una mejor movilidad. Para ello en noviembre de 1985 se inaugura la central de abastos, la cual quedó ubicada entre las avenidas de Rojo Gómez, Río

Churubusco y Las Torres en la delegación de Iztapalapa. La central de abastos constituye una de las zonas de acopio de distribución al por mayor, en la ciudad de México. Por otra parte se construyeron las centrales de abastos de Ecatepec y Tultitlán.

4) Sectores comerciales en las principales avenidas .- A partir de centro principal se extienden diferentes sectores de comercios, formados principalmente en las avenidas más importantes de la ciudad, prolongándose hacia el exterior conformando una traza radial, así mismo existen otras avenidas importantes por su actividad comercial que no necesariamente parten del centro. El crecimiento sobre las avenidas es en forma lineal que en ocasiones sirven para comunicar dos centros importantes, por ejemplo: la Av. Paseo de la Reforma une el Centro Histórico con la zona de Chapultepec. En los corredores comerciales existen todo tipo de comercios, se pueden encontrar desde pequeños comercios hasta plazas comerciales. Existen variedad de artículos, incluso de lujo. Las avenidas que destacan son:

Al Norte

- Av. Insurgentes Norte atraviesa las delegaciones de Cuauhtémoc y Gustavo A Madero
- Eje Lázaro Cárdenas Norte que posteriormente se convierte en Av. Vallejo en las delegaciones de Cuauhtémoc, Azcapotzalco y Gustavo A Madero.
- Calzada de los Misterios en Cuauhtémoc y Gustavo A. Madero
- Av. Adolfo Robles Domínguez en la Delegación Gustavo A. Madero

Al sur

- Av. Insurgentes Sur a partir de la delegación de Cuauhtémoc, atraviesa Benito Juárez, Coyoacán hasta terminar en Tlalpan
- Av. Revolución en las delegaciones de Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Coyoacán
- Av. Cuauhtémoc en las delegaciones de Cuauhtémoc y Benito Juárez
- Calzada de Tlalpan a partir de la delegación de Cuauhtémoc, Benito Juárez, Coyoacán y Tlalpan
- Calzada la Viga en Venustiano Carranza e Iztapalapa
- Miguel Angel de Quevedo en Coyoacán

Al oriente

- Fray Servando Teresa de Mier en Cuauhtémoc y Venustiano Carranza
- Calzada Ignacio Zaragoza en Venustiano Carranza e Iztapalapa
- Calz. Ermita-Iztapalapa en la delegación de Iztapalapa

Al Poniente

- Av. México - Tacuba, que atraviesa las delegaciones de Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.
- Paseo de la Reforma, atraviesan las delegaciones de Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo
- Marina Nacional en la delegación Miguel Hidalgo.
- Periférico- Cuatro Caminos Parte de la delegación Miguel Hidalgo y el municipio de Naucalpan

5) Comercio aislado .- En toda la ciudad de México se localizan diversos comercios en forma individual, que abastecen diariamente a la población, como tiendas de abarrotes, papelerías, farmacias; se caracterizan por ser comercios de tipo de venta tradicional y ser micro, pequeña y mediana empresa.

Finalmente se puede decir que la ciudad de México ha presentado 4 diferentes etapas de crecimiento y junto con este proceso se ha originado la expansión de la actividad comercial, expresado la estructura antes mencionada. Esta dinámica se ha hecho más notoria en las últimas décadas, todavía en la década de 1970 el comercio se concentraba en la ciudad central, dejando al resto de las áreas con escasa distribución comercial, es a partir de la década de 1980, cuando se acelera la expansión comercial, presentándose mayores incrementos en las entidades de la periferia urbana.

La expansión del comercio se originó principalmente en las avenidas más importantes de la ciudad, asimismo por el desarrollo de algunos centros de población ya establecidos, que fueron incluidos a la zona urbana, por la misma expansión de la ciudad, formando parte de la estructura espacial del comercio.

Esta distribución del comercio ha llevado a que el gobierno, con el objeto de dar un orden a las actividades productivas de la Ciudad de México, retoma la estructura espacial del comercio, fomentando la consolidación de las áreas comerciales principales, denominándolas como centros o subcentros urbanos, que darán servicio a la población.

Dentro del marco de expansión de la actividad comercial, la delegación de Tlalpan considerada como periférica, presentó la mayor proliferación de establecimientos comerciales a nivel Distrito Federal, de esta forma se considera representativa del proceso de expansión centro - periferia del comercio.

III. LA EXPANSION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA DELEGACION DE TLALPAN

III.1 PATRON DE DISTRIBUCION DE LA POBLACION EN LA DELEGACION DE TLALPAN

Dentro del proceso compra - venta de bienes y servicios, la demanda juega un papel muy importante para la localización de la actividad comercial, en este apartado se analizará la distribución de la población, que junto con la distribución de los niveles socioeconómicos, son los elementos claves para la definición de las zonas de mayor demanda de comercio, lo cual ayudará a la explicación de la distribución de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan.

1.1 Evolución y distribución de la población

La delegación de Tlalpan se ubica al sur de Distrito Federal, ocupando una superficie aproximada de 307.85 Km², lo que representa el 21.39% del Distrito Federal, siendo la delegación con mayor territorio, sin embargo, sólo el 18.3% corresponde a la zona urbana, 4.3% los poblados rurales y el resto denominada como área ecológica. (CANACO 1994).

Tlalpan tiene sus orígenes durante la época prehispánica, existiendo en este territorio diversos pueblos tepanecas, en forma dispersa. Es durante el periodo de la conquista de México, cuando el pueblo de Tlalpan se conforma, quedando dentro del Marquesado del Valle de Oaxaca, sin embargo, es en 1537 cuando se conforma como una villa, al reunir la población existente de la demarcación, cerca de la Iglesia de San Agustín y a partir de 1695 el 28 de agosto, le es asignado el nombre de Villa de San Agustín de las Cuevas, denominación que mantiene durante todo el periodo colonial.

Después de la Independencia de México y al definir los límites de los Estados, Tlalpan queda incluido dentro del Estado de México, convirtiéndose en la capital del mismo, en el año de 1827, cargo que tiene hasta el 14 de Agosto de 1830, evento por el cual se le otorgan el título de Ciudad de Tlalpan, circunstancia que fomentó la importancia de la zona como centro de actividades económicas, cerca de la Ciudad de México.

El territorio de Tlalpan se encontraba dividido principalmente por grandes haciendas y ranchos, en las cuales se practicaba la agricultura y la ganadería, actividades que se realizaron durante la colonia y continuaron en la época independiente, siendo las actividades primarias la dominantes durante esta etapa.

La actividad industrial se inicia con el establecimiento de la fabrica de papel Loreto, en 1823, que posteriormente se uniría a la de Peña Pobre en 1845; poco después surgen otras industrias como: La Fama de hilados y tejidos y la de San Fernando dedicada a los casimires.

La dinámica de las haciendas provocó que la actividad comercial fuera desarrollada dentro de las mismas, mientras que el comercio externo a ellas se concentraba en un punto determinado, que en este caso fue en el centro de Tlalpan, lo cual influyó en la construcción del mercado público y la plaza principal en 1834, lugares donde se realizó el comercio durante largo tiempo.

La incorporación de Tlalpan al Distrito Federal fue " En los términos de lo dispuesto por el artículo 3o de la 6o Ley Constitucional del Distrito Federal, fue incorporado el Departamento de México desde el mes de febrero de 1837 y el 25 de noviembre de 1855 queda incorporada la ciudad de Tlalpan al Distrito Federal " Barajas(1986). Y en 1903 con base a la Ley Orgánica de la administración del territorio del Distrito Federal quedó dividido en 13 municipalidades, en las cuales estaba incluida la municipalidad de Tlalpan.

De los eventos importantes que influyeron en el crecimiento y expansión de Tlalpan, durante el siglo pasado, fue la introducción del ferrocarril en el año de 1869, que generó un fuerte impulso en la actividad industrial y un crecimiento urbano importante, ya que se lograba comunicar a la población de Tlalpan con la Ciudad de México. Alcanzando un total de población de 7,000 habitantes para el año de 1874.

En términos generales la población de Tlalpan no presentó un crecimiento acelerado de población durante el siglo pasado, pues en 1804 registró 3,070 habitantes y para 1870 alcanza los 7,000; lo cual indica que en un lapso de 70 años no llega a duplicar su población, manteniendo sus características de zona rural, conformada por haciendas y ranchos.

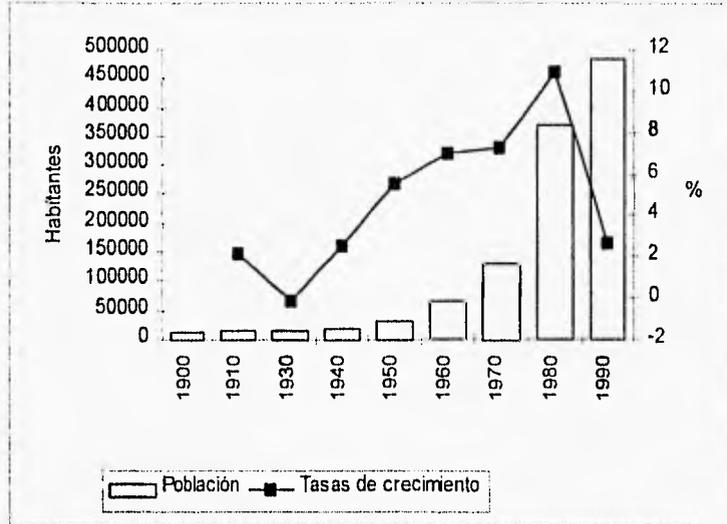
Por lo tanto el crecimiento y expansión territorial que actualmente presenta, se originó durante este siglo, principalmente en las cuatro últimas décadas, como se puede apreciar en la tabla III.1 y gráfica III.1.

TABLA III.1 CRECIMIENTO DE LA POBLACION EN TLALPAN

AÑO	HABITANTES	TASAS DE CRECIMIENTO (1)
1900	12,522	
1910	15,448	1900-1910 2.1
1930	15,009	1910-1930 -0.2
1940	19,253	1930-1940 2.5
1950	32,902	1940-1950 5.5
1960	65,080	1950-1960 7.0
1970	130,719	1960-1970 7.2
1980	369,000	1970-1980 10.9
1990	484,866	1980-1990 2.7

FUENTE: SPP Censos de población,
Atlas de la ciudad de México (1988)
(1) Cálculos propios

GRAFICA III.1 CRECIMIENTO DE LA POBLACION EN TLALPAN



FUENTE : Tabla III.1

Como se puede observar, el incremento de la población en Tlalpan es más acelerado a partir de la década de 1950, ya que todavía en este año la población registrada fue menor a 50,000 habitantes, a partir de esta fecha se marca el inicio del tercer anillo de crecimiento de la ciudad de México, periodo en el cual se incorpora Tlalpan al área urbana de la Ciudad. Es importante mencionar que antes de 1950 solo existían dos vías de acceso a la zona de Tlalpan, la av. Insurgentes, que en 1939 se inició su trazo, comunicando a la localidad con el centro de la ciudad y la calzada de Tlalpan, que anteriormente era el único camino de acceso.

El primer crecimiento significativo es entre 1950 y 1960, duplicándose la población, alcanzando una tasa de 7.0%, en esta época se incorporan a la zona urbana las colonias de Miguel Hidalgo, Santa Ursula Xitla y Tlalcoligia, asimismo se consolidan las tres vías de comunicación más importantes en la delegación que son: Calzada de Tlalpan, Av. Insurgentes y San Fernando quedando unidas las dos primeras con la tercera. Proceso por el cual se inicia la ampliación de la zona urbana de Tlalpan, al presentar una mayor accesibilidad.

En el año de 1968 se termina la construcción del anillo periférico y el Viaducto Tlalpan, originando un crecimiento mayor, al aumentar la comunicación de Tlalpan con el exterior; bajo este proceso se incorporan principalmente las colonias: Sección 16, Oriente de La Joya, Chimalcoyotl, Isidro Fabela, Ampliación Miguel Hidalgo. Asimismo se construye la unidad habitacional Villa Olímpica, surgiendo como primer fraccionamiento de costo alto, que servirá como ejemplo para posteriores fraccionamientos de diversos niveles socio-económicos y de carácter unifamiliar o plurifamiliar; de esta manera en 1969 se termina de construir la unidad habitacional de Villa Coapa.

Esta dinámica provocó que en 1970 se registrase el doble de población que en 1960, alcanzando un total de 130,791 habitantes, manteniendo de esta forma una tasa del 7.22%, considerada como de crecimiento alto; ya que a nivel de ZMCM, se registra una tasa de crecimiento del 4.97% (Partida 1983), por primera vez, se sobre pasa los 100,000 habitantes, mostrando el crecimiento acelerado que se dio durante la década, como resultado del establecimiento de nuevos asentamientos humanos, que fueron favorecidos por la construcción de unidades habitacionales, en zonas con ciertas características favorables para el desarrollo urbano.

Al observar la gráfica, la década que sobresale es entre 1970 y 1980, periodo en el cual la población sobrepasa los 300, 000 habitantes, casi triplicando la población de la década anterior, indicando que durante esta década, existió un acelerado ritmo de crecimiento poblacional, que en gran medida se debe a la migración de la población, proceso que no solo se dio del exterior de la ciudad, sino del centro de la ciudad hacia su periferia, alcanza la delegación de Tlalpan la tasa más alta que es del 10.9%.

En esta época fueron construidas diversas unidades habitacionales, asimismo se ve impulsado el crecimiento de la delegación hacia el poniente, por la construcción de la carretera Picacho-Ajusco, provocando la invasión de terrenos en forma ilegal y acelerando el crecimiento del área urbana contigua. Incorporando las colonias: Fuentes del Pedregal, Ejidal Padierna, Cuchilla Padierna, Bosques del Pedregal, Héroes de 1910 al poniente, al sur Pedregal de las Aguilas, Tepetongo, al norte Ampliación Isidro Fabela, Pueblo Quieto, Cantera Puente de Piedra. Asimismo se conforma la colonia de Villa Coapa y Ejidos Coapa.

Para este periodo se termina de consolidar las zonas del norte de la delegación, las cuales presentan las mejores condiciones para su desarrollo urbano, por lo tanto, se inicia la invasión de áreas con mayores obstáculos para el desarrollo urbano, principalmente por el grado de pendientes que se presenta en la mayoría de los casos y por el material rocoso de origen volcánico. Sin embargo esto no fue un gran obstáculo, ya que se generan varias colonias, bajo estas características, superando los obstáculos presentados por el medio físico,

Finalmente en la última década (1980-1990) la población solo aumenta 115, 868 hab, bajando la tasa de crecimiento a 2.7%, lo cual indica un proceso de consolidación de las áreas habitacionales existentes, incrementando las colonias Fuentes Brotantes, Unidad Fuentes Brotantes, El Metro, y la consolidación de las zonas de Villa Coapa y Padierna, así como la conurbación de los pueblos de San Andrés y San Pedro con la zona urbana de Tlalpan.

Como se puede observar el periodo de mayor crecimiento de población y expansión urbana, es entre 1960 y 1980, abarcando el último periodo y el primer periodo del 2do. y 3er. anillo de crecimiento de la ciudad de México, esto debido a la conclusión de la construcción de las principales vías de comunicación que conectan a Tlalpan con el resto de la Ciudad, que constituyen las principales arterias de la estructura urbana de la

delegación. Y por otra parte al aprovechamiento de áreas abiertas, al sur de la delegación, asimismo, por el proceso de división y fraccionamiento de las diferentes haciendas y ranchos existentes, lo que favoreció la construcción de fraccionamientos, como se presentó en la zona de Villa Coapa, por otra parte por medio de invasión de terrenos ejidales y comunales en forma ilegal formando colonias populares, en particular la zona de Padierna. Sin embargo, en la última década, existe un descenso de la población, debido a las limitantes y restricciones hechas por la delegación y el D.D.F., para frenar el crecimiento y expansión de la zona urbana sobre el área de conservación ecológica.

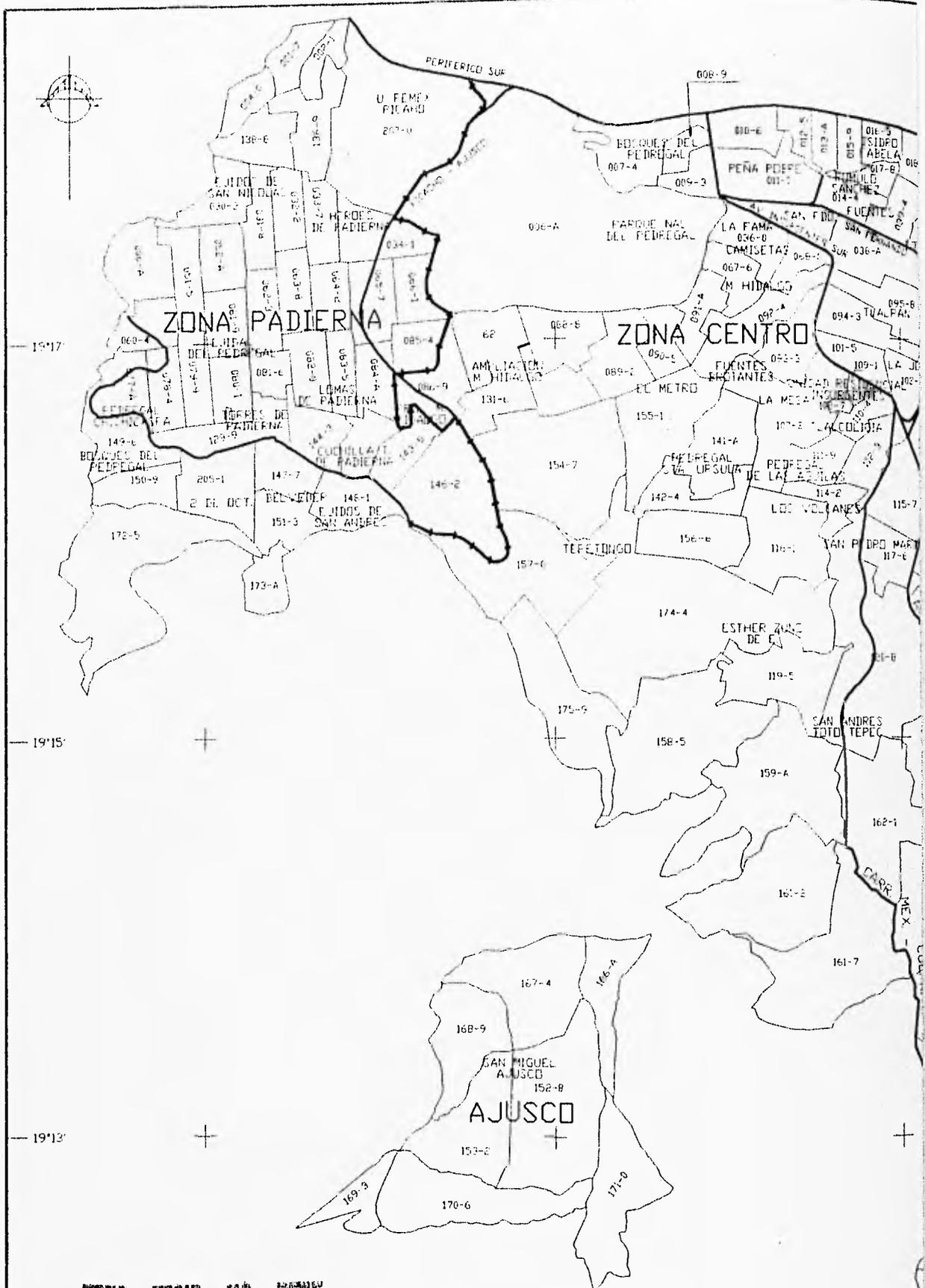
El proceso histórico que tuvo la delegación de Tlalpan, ha marcado su influencia en la distribución actual de la población, conformada actualmente por pueblos, barrios, colonias, unidades habitacionales y fraccionamientos, que en total suman 185 entidades (WILSA 1992).

Para el presente trabajo el área urbana de la delegación, se subdividió en cuatro zonas, las cuales fueron definidas de acuerdo a las siguientes criterios; conformación histórica, estructura urbana y vías de comunicación (véase mapa III.1).

1.- Zona centro, conformada por las colonias más antiguas de la delegación, su crecimiento se debió a la creación de nuevas colonias y ampliación de localidades ya existentes, como: la Colonia Tlalpan en la cual se localiza el centro de Tlalpan, (que conforma el centro histórico y patrimonial), La Joya, El Barrio del Niño Jesús, Santa Ursula Xitla, San Pedro Mártir, San Andrés Totoltepec, Los dos últimos denominados aún como pueblos, pero por la expansión urbana se han incluido en el área urbana.

2.- Zona de Villa Coapa, localizada hacia el noreste de la avenida Viaducto Tlalpan, caracterizada principalmente por la construcción de unidades habitacionales y fraccionamientos, originados por un proceso de fraccionamiento de las 4 haciendas denominadas Coapa. El principal crecimiento de esta zona fue en la década 1970, iniciado en 1969, con la construcción de la Unidad habitacional de Villa Coapa (Narciso Mendoza).

3.- Zona de Padierna, ocupa la parte oeste de la delegación, su crecimiento fue a partir de la invasión de ejidos, impulsado por la construcción de la carretera de Picacho-Ajusco, su mayor crecimiento fue en la década de 1970.



**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

4.- Zona de pueblos, conformado principalmente por los pueblos de Ajusco y Topilejo, dichas localidades presentan todavía una separación de la zona urbana por terrenos agrícolas, ya sea trabajados o abandonados, que actualmente están siendo absorbidos por la mancha urbana, principalmente aquellos localizados sobre la carretera Federal a Cuernavaca. Estos dos pueblos fueron fundados desde la época colonial.

Una vez definidas las áreas que conforman la delegación de Tlalpan, se procedió a conocer la distribución de la población, empleando la variable de densidad de población (hab/ha), utilizando los datos a nivel área geoestadística básica (AGEB), publicados por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 1990). Es importante mencionar que no necesariamente los AGEBs, corresponden a los límites de la colonias, sin embargo, si llega a ser muy aproximado. Para el presente trabajo se definieron 6 rangos de la densidad de población, siendo los siguientes: (véase mapa III.2)

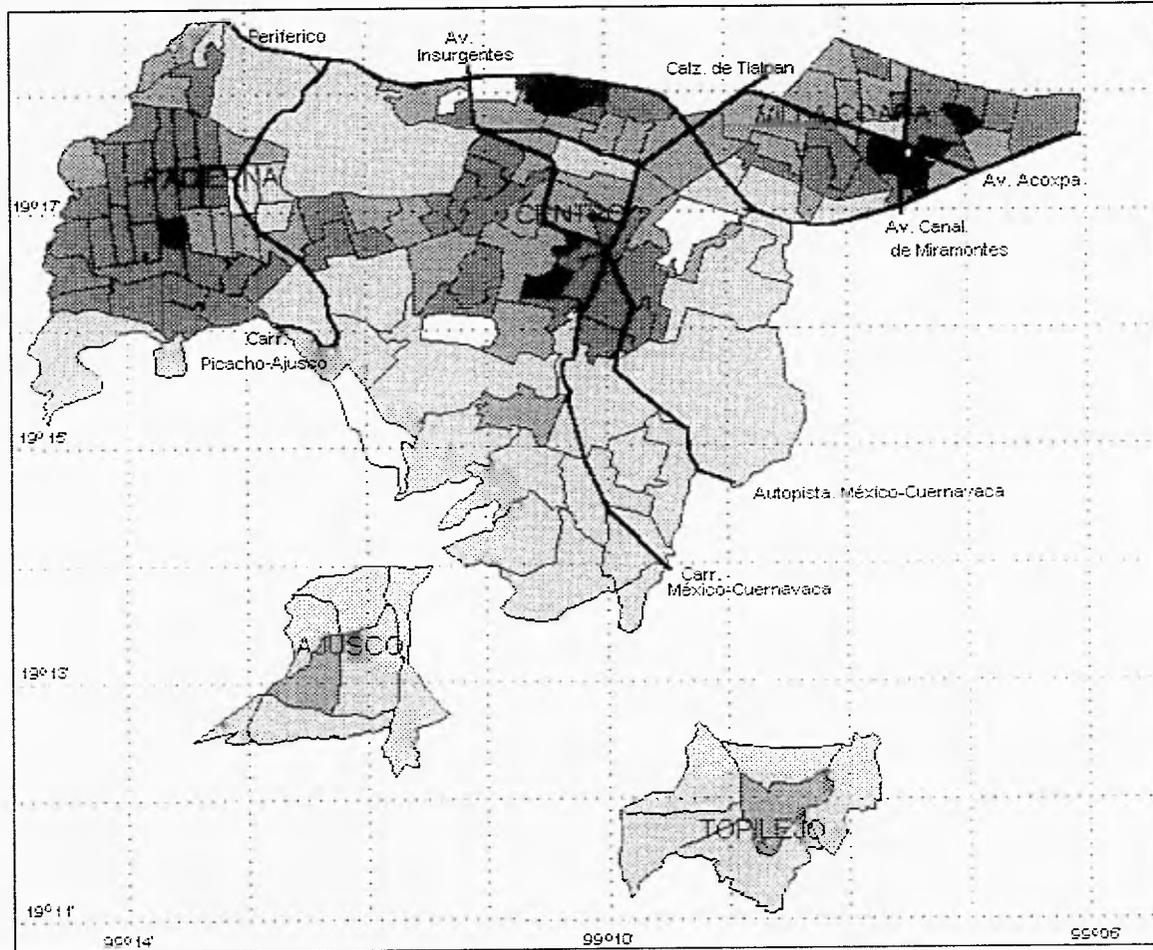
a) Densidad de población mayor a 400 hab/ha, solo se presenta en el AGEB que constituye la colonia La Mesa, localizada en la parte sur de la zona centro.

b) El siguiente rango es de 201- 400 hab/ha, este nivel de densidad se localiza en pocas colonias, destacando:

- En la zona centro, las colonias Isidro Fabela, Pedregal de Santa Ursula Xitla.
- Zona de Villa Coapa, la Unidad Habitacional Narciso Mendoza y colonia Las Hadas.
- Zona de Padierna, en la colonia Lomas de Padierna

c) El tercer nivel representa la densidad media entre 101 a 200 hab/ha, predomina en la zona de Padierna, conformado por las principales colonias: Héroes de Padierna, Ejidal del Pedregal, Ejidos de San Nicolás, Torres de Padierna, Cuchilla de Padierna, Pedregal de Chichicaspa, Dos de Octubre, Héroes de 1910 y Belveder.

En la zona centro este nivel de densidad se encuentra en las colonias: Ejidos de San Andrés, Miguel Hidalgo, Ampliación Miguel Hidalgo, Unidad habitacional Villa Olímpica, El Convento, Tepetongo, Texcaltepec, Tlalcoligía, Unidad Residencial Insurgentes, Los Volcanes, San Pedro Mártir, Los Volcanes, Chimalcoyotl, Villa Tlalpan, Unidad FOVISSSTE e ISSFAM de San Pedro, La Joya, Pueblo Quieto, Cantera Puente de Piedra.



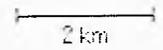
**DELEGACION DE TLALPÁN
DISTRIBUCION DE LA POBLACION
1990**



NIVELES DE DENSIDAD

- Mayor de 400 hab/ha
- ▨ De 201-400 hab/ha
- ▧ De 101-200 hab/ha
- ▦ De 51-100 hab/ha
- ▤ De 4-50 hab/ha
- Sin población

- AGEB
- Principales Vialidades



FUENTE: INEGI 1990 Códice 90.
ELABORO: Ma. Isabel Cruz López MAPA III.2

En la parte de Villa Coapa esta densidad caracteriza a las colonias de Villa Cuemanco, Granjas Coapa, Magisterial, Villa del Sur, Real del Sur, Villa Coapa, Floresta Coapa, Villa Lázaro Cárdenas, Villa Prado Coapa, Rancho Colorines, Rincón de Sor Juana.

d) El siguiente rango representa una densidad baja, es decir entre 51 a 100 ha/ha, predomina en la zona centro y parte de Villa Coapa.

Zona centro.- Parte de la Colonia Miguel Hidalgo, El Metro, Santa Ursula Xitla, Fuentes Brotantes, Pedregal de las Aguilas, Ester Zuno de Echeverría, San Andrés Totoltepec, Tlalpan, San Fernando, Bosque del Pedregal, Peña Pobre, Rómulo Sánchez, Fuentes, Toriello Guerra, Sección 16, Club de Golf, Barrio del Niño Jesús, San Lorenzo Huipulco, Villa Tlalpan y Colinas de Bosque.

Zona de Villa Coapa.- Vergel del Sur, Belisario Domínguez, Prado Coapa, Oriental Coapa, Residencial Villa Coapa, AMSA y Chimali.

Zona de Padierna Algunas áreas de Lomas de Padierna, de Ejidal Padierna, Las Calles y Fuentes del Pedregal.

e) La densidad más baja de 4 a 50 hab/ha, caracteriza la zona sur del área poblada, así como las colonias de Unidad PEMEX Picacho, Algunas zonas de Ejidal Padierna, Charros del Pedregal, Parte Norte de la Colonia Tlalpan, Colinas del Bosque, Arenal Tepepan, Guadalupita, Ejidos de Huipulco. Esta baja densidad se explica, en la mayoría de las colonias, por la presencia de áreas para servicios.

La distribución de la población ha obedecido a la forma de crecimiento del área urbana y a la localización de la diferentes vías de comunicación, de esta forma se han generado áreas de concentración poblacional como en la zona de Villa Coapa, y por una mayor división del suelo como en Padierna. En términos generales existen 2 áreas de mayor concentración de la población que sobresalen (véase mapa III.2).

1.- En la zona de Villa Coapa, dicha concentración se debe a dos variables a) Es una de las zonas de Tlalpan con mayor número de vías de comunicación, en ella atraviesan las avenidas de Canal de Miramontes, de norte a sur, Acoxpa de oeste - este, y esta rodeada al norte por la Calzada del Hueso, al sur y este por el Periférico y al oeste por el Viaducto Tlalpan y Calzada de Tlalpan. Vías que proporcionan acceso y movilidad a

dicha zona. b) En esta zona se concentran las unidades habitacionales y fraccionamientos, lo cual influye en la concentración de la población en dicha zona, por lo tanto una mayor intensidad del uso del suelo.

2.- Zona de Padierna, influye el mecanismo de apropiación de la tierra, ya que fue por medio de invasión ilegal de ejidos y tierras comunales; originando un mayor fraccionamiento del suelo, que fue habitado en un tiempo relativamente corto, es decir durante una década alcanzando su máximo crecimiento en 1990.

3.- La zona centro queda subdividida en dos partes al norte por colonias de mayor tiempo de fundación, en la cual la población se ha concentrado y al sur las nuevas colonias que se están formando y consolidando, sin embargo, por lo difícil de su topografía, genera un obstáculo al desarrollo urbano, provocando una disminución en su ritmo de poblamiento.

4.- Finalmente la zona de pueblos constituidos por Ajusco y Topilejo, que presentan una baja concentración de población, por encontrarse más lejos del centro de la ciudad.

1.2 Distribución de los niveles socioeconómicos.

Una vez definida la distribución de la población en la delegación, se procedió al análisis de los niveles socioeconómicos, como variable que influye en el poder adquisitivo de la demanda. Para el desarrollo del presente inciso se empleó la información proporcionada por la empresa WILSA, quien describe los siguientes niveles socioeconómicos: (WILSA 1992:6)

Muy alto y alto.- Incluye las personas de muy altos ingresos. Viven en residencias señoriales con jardines muy amplios y varios automóviles de lujo. Esta gente puede obtener todas las comodidades y los lujos relativos a su comunidad. Hay muy pocas de estas personas en cada ciudad. No se hay más de 1 o 3 familias de cada 100.

Alto y medio alto. Esta sigue siendo parte de la clase alta de cualquier población. Poseen la mayor parte de comodidades, pero no todos los lujos que quisieran. La mayoría de ellos tienen educación universitaria o técnica. Viven en buenas casa y en los mejores barrios, aunque algunas veces se arraigan en colonias populares. Pueden encontrarse 10 a 12 de estas familias por cada 100.

Medio normal y medio bajo. Estas familias cuentan con suficiente para cubrir las necesidades de la vida, pero pueden darse pocos lujos. Viven en hogares pequeños que van de casas propias cuidadas, o modestos departamentos. Casi no hay analfabetos. Se incluye en esta categoría a la mayor parte de los empleados de gobierno, pequeños comerciantes, artesanos, empleados en general, muchos obreros calificados o especializados. Suelen tener empleo fijo, aunque algunos son agentes o comisionistas. Pueden encontrarse también algunos rancheros agricultores. Además la clase llega a abarcar profesionales en todas las ramas. Pueden vivir en fraccionamientos modernos, pero en algunas ocasiones se encuentran inmersos en zonas populosas y antiguas. Se estiman entre 22 a 25 familias por cada 100.

Popular alto, medio y bajo. En esta gran proporción de población, existen varias capas que se mezclan indistintamente en zonas y colonias típicas de asentamientos; aunque también se pueden encontrar en las azoteas de muchos edificios de buen nivel. Siendo este grupo el de mayor volumen de la población se podría dividir en cuatro grupos: clase popular alta, media, baja y muy baja. Sin embargo, excluyendo a la clase popular alta, las costumbres e ingresos en los subgrupos es homogénea, por lo tanto, decidimos incluirla en un sólo y gran grupo.

En general son gente de muy escasos recursos económicos y estudios. Ninguna familia o persona tienen muchas de las cosas que se consideran necesarias para llevar una vida adecuada. Algunos tienen empleos fijos, pero de baja categoría; otros únicamente tienen empleo eventual. Viven en hogares humildes, vecindades o casas modestas y descuidadas. Son trabajadores en fábricas, albañiles, empleados de oficina con salario mínimo.

En el caso de la popular muy baja, son personas que viven en el margen de la vida económica. No tienen empleo fijo; sus hogares son deficientes. La mayoría de analfabetos se encuentran en esta clase. Apenas logran subsistir con sus ingresos y difícilmente logran mejorar su situación económica, englobando todas las capas de clase popular, se estiman 60 a 65 por cada 100.

La información proporcionada por WILSA se encuentra por colonia, pero para efectos del trabajo, la información se traslado por AGEB, con el objeto de manejar la información en una sola expresión espacial. La distribución de los niveles socioeconómicos se pueden ver en el mapa III.3. Los niveles socioeconómicos se

distribuyen formando diferentes áreas que corresponden a las zonas ya identificadas en la delegación.

a) Zona centro

En esta zona existe una mayor diversificación de los niveles socioeconómicos, en la delegación solo una colonia se caracteriza por presentar un nivel de clase muy alta, corresponde a la colonia Club de Golf, localizada en la zona centro de la delegación, entre las avenidas de Canal de Arenal y Viaducto Tlalpan. En el nivel alto sobresalen las colonias: Tlalpan (dicha colonia es la más antigua de la delegación) y la Colonia Toriello, la unidad habitacional Insurgentes, Unidad habitacional Bosque del pedregal y Charros del Pedregal, Lomas de la Montaña.

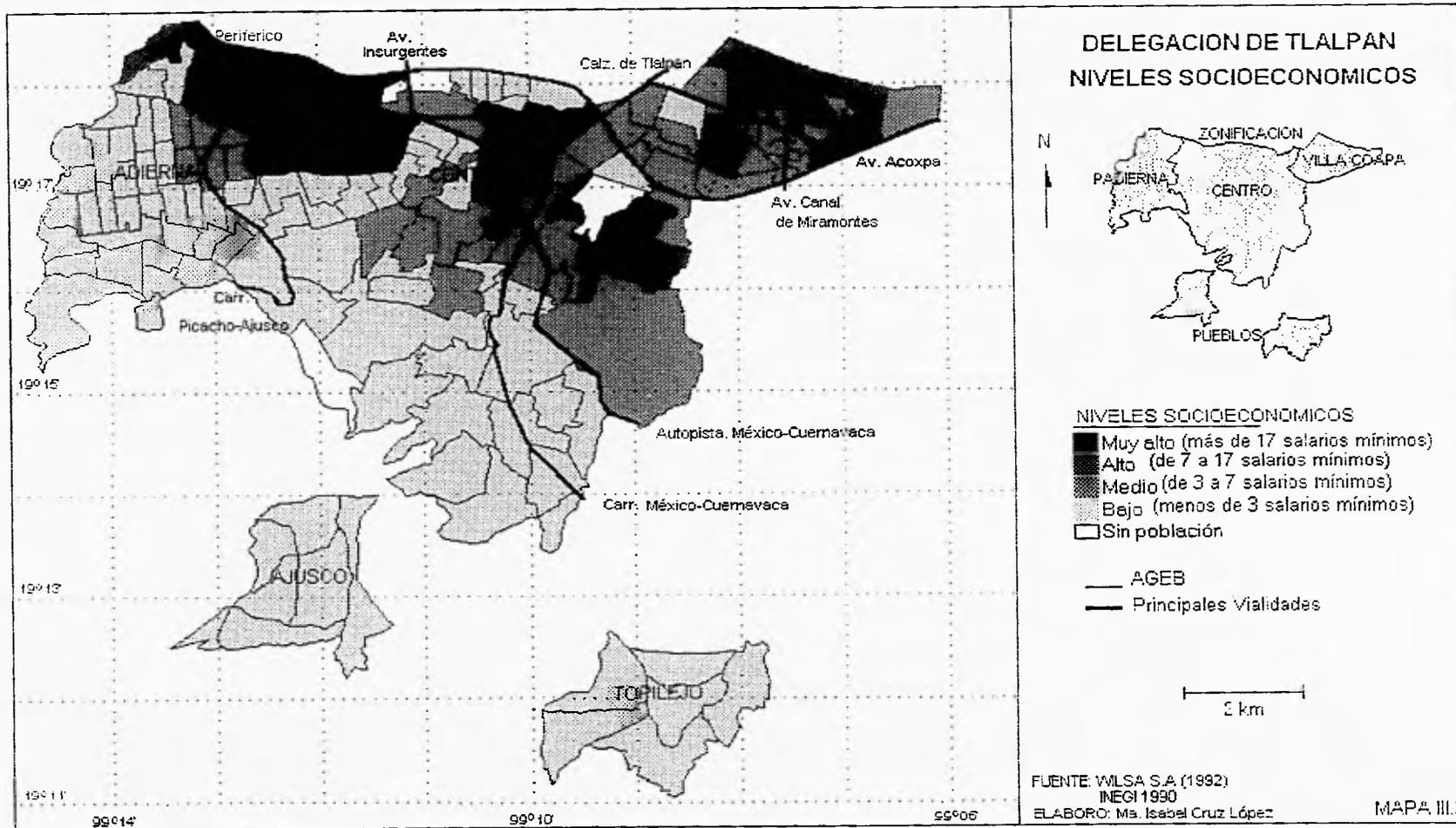
Estas colonias se encuentran rodeadas por niveles mas bajos al norte presenta un nivel bajo Clase popular en las colonias de Isidro Fabela, Cantera Puente de Piedra, Pueblo Quieto. Al este, oeste y sur se presenta un nivel medio caracterizando a las colonias de San Fernando, Peña Pobre, Sección 16, barrio del niño Jesús, La Joya, unidades de ISSSFAM y FOVISSSTE de San Pedro Mártir, San Pedro Mártir, Chimalcoyotl, Tlalcoligia, El Truenito, Unidad habitacional Fuentes Brotantes.

El nivel bajo se presenta al oeste en las colonias, Miguel Hidalgo, ampliación Miguel Hidalgo, el Metro, Santa Ursula Xitla, La Fama, Camisetas y en la parte mas al sur de la zona La Mesa, el convento, Pedregal de Santa Ursula, El Mirador Tepetongo, Pedregal de la Aguilas, Tepeximilpa, Ester Z. de Echeverría, San Andrés, que corresponden a las colonias más alejadas de la zona centro.

En esta zona se presenta un patrón de disminución de los niveles socioeconómicos conforme se aumenta la distancia desde el centro de Tlalpan hacia el sur. Presentándose un nivel bajo en aquellas zonas que se incorporaron en la ultima década.

b) Zona de Villa Coapa

En esta zona se presentan principalmente los niveles de clase alta y clase media, predominado esa ultima en las unidades habitacionales como la de Villa Coapa y Unidad Villa Cuemanco y en las colonias de Guadalupe, AMSA y Ejidos de Huipulco,



Villa Lázaro Cárdenas, Vergel del Sur. Mientras el nivel Alto se localiza en el resto de la zona, en las colonias Magisterial, Real del Sur, Floresta Coyoacán, Prado Coapa, Nueva Oriental Coyoacán. Se puede considerar que esta zona es la más homogénea en cuanto a los niveles socioeconómicos, que el resto de la delegación.

c) Zona de Padierna En dicha zona predomina el nivel bajo, con excepción del nivel alto en las colonias Fuentes del Pedregal, Pedregal 2, y Unidad PEMEX Picacho, localizadas al norte de la zona y el nivel medio en la colonia Héroes de Padierna, el resto presenta el nivel bajo, nuevamente se presenta un proceso de disminución de los niveles socioeconómicos del Norte hacia el sur donde se localizan la colonias de reciente formación.

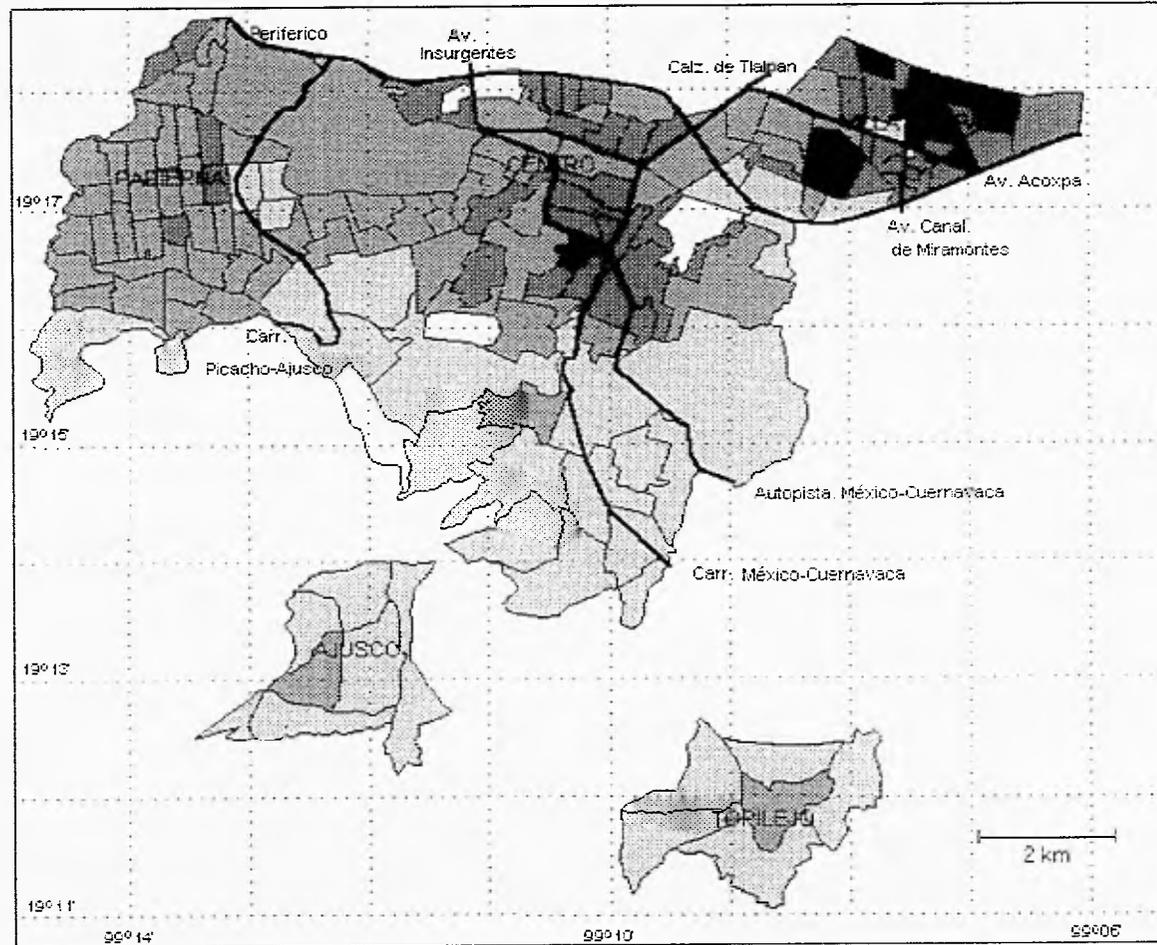
d) Zona de los Pueblos Los dos pueblos que conforman la zona Ajusco y Topilejo presentan el nivel bajo. Aún predomina la población dedicada a la actividad terciaria de ingresos bajos, y otro elemento que influye es la poca accesibilidad a estas zonas, ambas cuentan con solo dos vías de acceso, para poderse comunicar con el resto de la ciudad

Una vez analizada la distribución de la población y los niveles socioeconómicos, se procedió a realizar un mapa de la demanda, por medio de una sobreposición de los mapas de las dos variables involucradas, se consideró con mayor peso a los niveles socioeconómicos, pues se traducen en poder adquisitivo; los niveles que se definieron fueron los siguientes:(véase matriz III.1 y mapa III.4).

MATRIZ III.1 NIVELES DE DEMANDA

		NIVELES SOCIOECONOMICOS			
		MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
D E N S I D A D	MUY ALTA	1	2	3	3
	ALTO	1	2	3	3
	MEDIA	2	2	3	4
	BAJA	3	3	4	4
	MUY BAJA	4	4	5	5

ELABORO: Ma. Isabel Cruz López



DELEGACION DE TLALPAN DEMANDA DE COMERCIO



NIVELES DE DEMANDA

- Alta
- Baja
- Media
- Muy baja
- Sin población
- AGEE
- Vialidades

		NIVEL SOCIOECONOMICO			
		MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
D	MUY ALTO	1	2	3	3
	ALTO	1	2	3	3
I	MEDIO	2	2	3	4
	BAJO	3	3	4	4
D	MUY BAJO	4	4	5	5

FUENTE: Mapas III.2 y III.3
ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA III.4

1) Muy alta.- en aquellas zonas donde existía una densidad de muy alta o alta y nivel socioeconómico muy alto, dicha relación en la zona de Tlalpan no existió.

2) Alto.- donde el nivel socioeconómico es alto y la densidad de población fuera muy alta, alta o media. De este nivel se encontró que ocupa un porcentaje del 3.09% del territorio, localizándose principalmente en la zona de Villa Coapa en las colonias de Villa del Sur, Vergel de Coyoacán, Real del Sur, Villa Coapa y las Hadas, Floresta Coyoacán, Villa Prado Coapa y Rancho Los Colorines. En la zona centro, Unidad residencial Insurgentes y Residencial Iris.

3)Medio.- en aquellas zonas con niveles socioeconómico medio y densidad de población muy alta, alta o media, así como la densidad baja pero el nivel socioeconómico muy alto o alto. Este tipo de demanda cubre el 13.96%. encontrándose principalmente en la zona de Villa Coapa en las colonias Granjas Coapa, Magisterial, Villa Cuemanco, Belisario Domínguez, Prado Coapa, Oriental Coapa, Villa Coapa, Unidad Narciso Mendoza, Ejidos de Huipulco, Hacienda San Juan. En la zona centro las colonias, Tlalpan, Camisetas, Fuentes Brotantes, La Joya, El Truenito, Tlalcoligia, Chimalcoyolt, Villa Tlalpan, Unidad ISSSFAM y FOVISSSTE, Club de Golf. Toriello Guerra, Isidro Fabela, Bosque del Pedregal y Unidad Villa Olimpica. En la zona de Padierna en las colonias de Fuentes del Pedregal y Pedregal, así como algunas zonas de la colonia Héroes de Padierna.

4) Bajo.- en aquellas zonas donde se presenta nivel socioeconómico muy alto y alto pero de densidad muy baja, así como densidad baja y niveles socioeconómicos medio y bajo. Este nivel cubre el 37.30% del territorio, predomina en la zona de Padierna y centro mientras que en la zona de Villa Coapa se localiza solo en las colonias de Vergel del Sur, Villa Lázaro Cárdenas, Chimali, Guadalupe y A.M.S.A. En la zona de pueblos solo en el centro de Ajusco y de Topilejo.

5) Muy baja demanda, en zonas donde exista una densidad baja y nivel socioeconómico medio y bajo, este nivel de demanda cubre el 42.6%, siendo la predominante. Si bien es cierto que ocupa el mayor porcentaje del territorio no así de la población ya que predomina en la parte sur de la zona centro que se caracteriza por baja densidad de población. Así como en la zona de pueblos.

Finalmente se puede decir que las áreas de mayor demanda, se localizan en la zona de Villa Coapa, pues es donde se encontraron niveles más altos de densidad de población y de niveles socioeconómicos. Así como las colonias de la zona centro con excepción de la colonia Isidro Fabela, en donde resultó con dicho nivel de demanda por la densidad de población no por el nivel socioeconómico. Mientras que la zona de Padierna aunque presenta una densidad de 101 a 200 hab/km², los niveles socioeconómicos son bajos; por lo tanto la demanda es baja.

Por otra parte el nivel uno, no se presentó en la delegación, por que en general el nivel socioeconómico muy alto presenta niveles bajos de densidad de población, por lo tanto la importancia como demanda es baja, y en general esta población busca su abastecimiento en otros sitios, dejando su territorio únicamente para vivienda, que en general son casas que ocupan extensiones grandes de suelo. El caso específico es la Colonia Club de Golf en la cual se presenta el nivel socioeconómico más alto,

III 2 CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA DELEGACION DE TLALPAN.

El proceso de crecimiento de la población y expansión urbana en Tlalpan, originó la necesidad de diferentes comercios que abastecieran a la población, que se encontraba en continuo crecimiento; por tal motivo, en el presente apartado se explicará la expansión y diversificación que ha presentado la actividad comercial en la delegación. Analizando datos referentes a diferentes años, con el fin de realizar una comparación de los escenarios presentados en un periodo de tiempo determinado, que servirá de base para definir la estructura espacial del comercio, que se verá en el capítulo siguiente.

2.1 Incremento de la actividad comercial en la delegación

En el proceso de conformación de la delegación de Tlalpan, no solo se ha presentado un crecimiento de la población, sino también, un incremento en el uso del suelo comercial, como se menciona en el periódico local NotiTlalpan (1992, año 3, Núm. 201, Hernández:3)

"En Tlalpan 3 de cada 100 unidades económicas que existen en el Distrito Federal, es decir 6,602 negocios formales que emplean a 49,001 trabajadores, se localizan en la Delegación. Además en Tlalpan se ubican 5 de cada mil establecimientos que hay en el país y laboran 7 de cada mil trabajadores que dichos negocios emplean. En cuanto su actividad económica, por cada 100 unidades productoras de bienes y servicios en la delegación, 64 pertenecen al sector comercio, 28 a los servicios no financieros y 8 restantes a la industria, manufacturera y a la construcción."

Los datos anteriores, nos muestran que las actividades económicas más importantes en la delegación se refieren a las involucradas a las actividades terciarias, destacando por su porcentaje la actividad comercial, lo cual se verá reflejado en el uso del suelo y por lo tanto en la estructura urbana de la Delegación.

La importancia de la actividad comercial se ha visto incrementada en los últimos años, presentando un nivel alto en relación al Distrito Federal, como una zona periférica, esto se puede constatar con la información analizada en el segundo capítulo, en el cual se observó que la delegación de Tlalpan destaca por su crecimiento comercial, arrojando

un incremento del 114% en la última década de 1986 a 1994, ubicándola en primer lugar de crecimiento a nivel del Distrito Federal, sin embargo, a nivel ciudad ocupa el séptimo lugar después de los municipios del Estado de México. Actualmente Tlalpan cuenta con un total de 6,612 establecimientos comerciales, lo que representa el 3.9 % del número total del Distrito Federal. En los cuales labora un total de 14,586 habitantes.

Para poder conocer la dinámica de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan, fue necesario obtener datos de años anteriores, que sirvieran como antecedente a las condiciones que actualmente se presentan, de esta forma se encontró que en 20 años, entre los años de 1970 a 1990, el incremento se ha visto acelerado, principalmente en la década de 1980, siendo ésta, una década después del principal crecimiento de la población en la delegación, se puede considerar que es una respuesta a la necesidad del abasto a la población y al mismo tiempo por la misma dinámica de crecimiento de la Ciudad de México. El proceso de incremento puede verse en las tablas III.2a y III.2b

TABLA III.2a DISTRIBUCION DE LAS ACTIVIDADES SECUNDARIAS Y TERCARIAS EN LA DELEGACION DE TLALPAN

	1972		1986		1988		1994	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Unidades económicas	1471		5,401		6,620		11,236	
Industria	420	29.5	642	11.9	514	7.7	885	7.8
Comercio	730	51.4	3,089	57.2	4,227	63.9	6,612	58.84
Servicios	271	19.1	1,670	30.9	1,879	28.4	3,739	33.3

TABLA III.2b NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN LA DELEGACION DE TLALPAN

	1972		1986		1988		1994	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Distrito Federal	115,992		122,049		132,042		167,256	
Tlalpan	730	0.6	3,089	2.5	4,227	3.2	6,612	3.9

FUENTE: VI Censo comercial 1971, Secretaría de la Industria y comercio.

"Distribución de la Industria, comercio y servicios en la delegación de Tlalpan" Hernández 1972.

Cuaderno de información para la planeación Delegación Tlalpan. INEGI

Censos económicos 1986 INEGI

Censos económicos 1988 INEGI

Censos económicos 1990 INEGI

CANACO 1994.

Como se puede observar los tres sectores presentan una tendencia de crecimiento en números absolutos, sin embargo destaca por una mayor concentración de

establecimientos el sector comercial, presentando a lo largo de los años analizados un porcentaje mayor al 50%. Marcando de esta manera la importancia del comercio en su participación como actividad económica, más desarrollada, sobre el resto de las actividades realizadas en la Delegación. Mientras que el sector industrial ha disminuido en cuanto su participación porcentual, presentando actualmente menos del 10%, y el sector servicios ha aumentado, sin embargo aún se conserva por debajo del comercio.

Asimismo se presenta un aumento del porcentaje de participación a nivel Distrito Federal, ya que el porcentaje va en aumento, pasando del 0.6% al 3.9%. confirmando la importancia que juega Tlalpan, como delegación que conforma parte de la zona periférica de la ciudad de México. Por otra parte, para poder apreciar el incremento de la actividad, se calculó el incremento porcentual (véase tabla III.3)

TABLA III.3 INCREMENTO PORCENTUAL DEL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

	72-86 %	86-94 %	72-94 %
D.F	5.2	37.0	26.7
Tlalpan	323.15	123.2	844.38

FUENTE: Tabla III.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el porcentaje de crecimiento de la delegación, a lo largo del periodo analizado, es siempre mucho mayor al porcentaje que presenta el Distrito Federal, indicando un mayor crecimiento en las unidades administrativas de la periferia (véase gráfica II.3) y por ende una expansión de la actividad comercial del centro a la periferia urbana, en respuesta del crecimiento y expansión de la ciudad de México y por lo tanto sus actividades económicas desarrolladas en ella.

Es así como en 14 años, entre 1972-1986, mientras el Distrito Federal presentaba un aumento del 5.2 %, Tlalpan aumentaba el 323.15%, lo que representa 2,359 establecimientos más, cuadruplicando el número de establecimientos, pasando de 0.1% al 2.5 % del D.F. Mientras que en los últimos 8 años 1986-1994, el crecimiento es del 123.2%, duplicando el número de establecimientos. Marcando un acelerado crecimiento en la etapa de 1972 a 1986.

De acuerdo a los datos de 1972, la localización de los comercios se concentraban en algunas zonas específicas, que posteriormente definirán las principales áreas comerciales. A continuación se nombran dichas áreas: (véase mapa III.5):

a) Zona centro de Tlalpan, en el cual se llegan a contabilizar 628 establecimientos, lo que representaba el 86.0% de establecimientos comerciales, presentando una mayor variedad de comercios, destacándose los giros de misceláneas, venta de alimentos, farmacias y establecimiento de venta de artículos relacionados con la construcción. Dentro de esta zona destacaba el centro de Tlalpan conformado por las colonias Tlalpan, San Fernando, La Joya y Barrio del Niño Jesús, en ellas se concentraba el 28.0%.

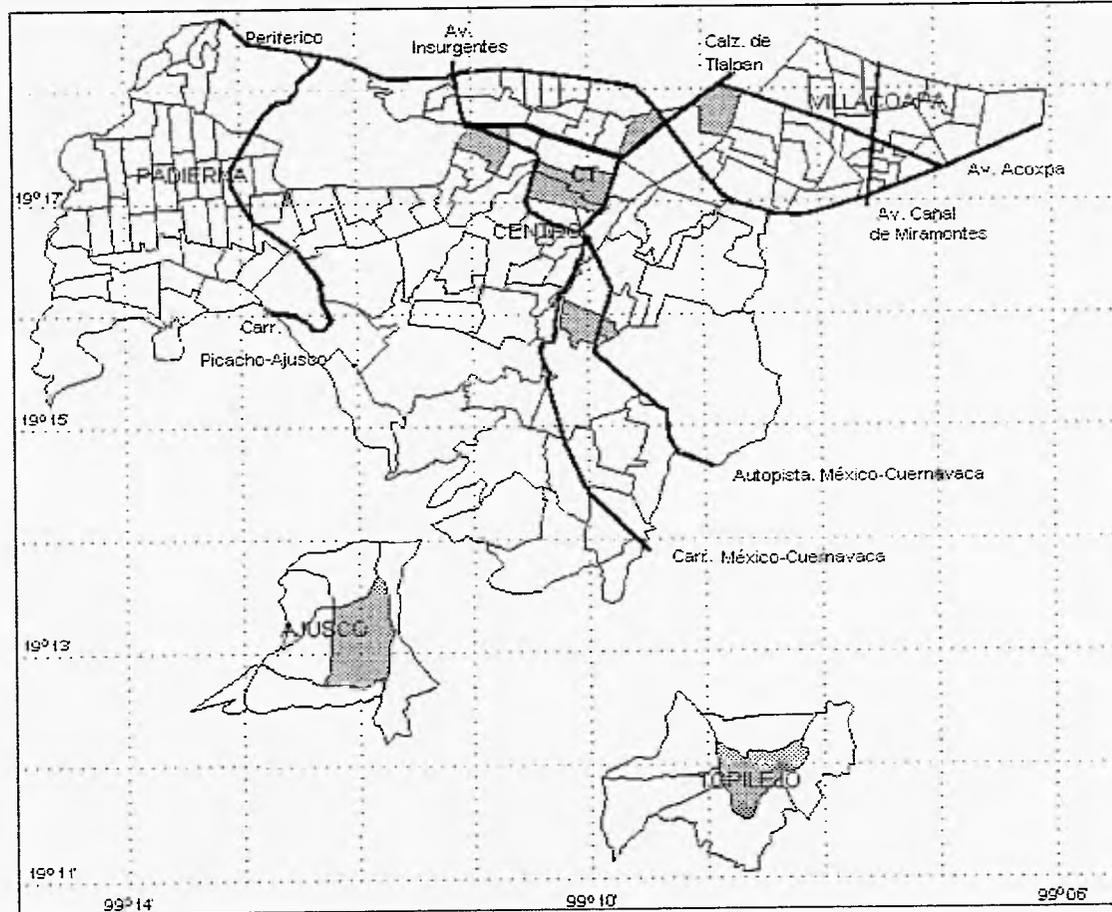
b) Zona de Villa Coapa, donde se concentraba solo el 4.5%, que representa 33 establecimientos, destacando los comercios dedicados a la venta de alimentos y misceláneas, es importante mencionar que es durante esta década, que se conforma la zona de Villa Coapa, como área habitacional.

c) Finalmente la zona de pueblos registraba 69 establecimientos, lo representaba el 9.4%, en estas zonas se registran más establecimientos que en Villa Coapa, ya que estos pueblos fueron fundados desde la época colonial. Mientras que la zona de Villa Coapa se conforma.

En esta etapa la zona de Padierna no ha sido poblada todavía, por lo tanto no se llega a registrar establecimientos comerciales.

Durante esta época los comercios se encuentran en forma dispersa, localizándose sobre las principales avenidas y calles de acceso de las diferentes zonas, en algunas ocasiones tienden a conglomerarse como en el centro de Tlalpan y en los centros de los pueblos de Ajusco y Topilejo.

En el periodo de 1986-1994 el D.F. presenta un aumento del 37%, mientras que Tlalpan alcanza el 114%, siendo la delegación con mayor crecimiento a nivel Distrito Federal, duplicando los establecimientos comerciales, es decir de los 3,089 unidades registradas en 1984, alcanza los 6,612 establecimientos en 1994, de esta forma su participación en el D.F pasa de ser el 2.4% al 3.9%; es así que de los 45, 207 establecimientos que



**DELEGACION DE TLALPAN
AREAS DE CONCENTRACION
DE COMERCIOS EN 1972**



-  Principales áreas de concentración comercial
-  Centro de Tlalpan
-  AGEB
-  Principales vialidades

2 km

FUENTE: INEGI 1990
Hernández 1972
ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA III.5

aumentaron en el D.F., 3,805 se establecieron en Tlalpan, que representa el 8.4%, después de las Delegaciones de Cuauhtémoc e Iztapalapa, las dos más importantes de concentración comercial, marcando de esta forma, la importancia de la delegación como área de recepción de comercios con la apertura de establecimientos, ya sea en forma independiente o de comercios pertenecientes a grandes cadenas comerciales, al buscar estos mercados más favorables.

Durante esta década las principales zonas de comercio son: Centro de Tlalpan, Villa Coapa y Huipulco, así mismo, se desarrolla el comercio en las principales avenidas de acceso de la delegación y a las diferentes localidades, destacándose la Avenida de los Insurgentes, Calzada de Tlalpan, San Fernando y Acoxta.

Por otra parte como se puede apreciar en la tabla III.2 la mayor proliferación de establecimientos en la delegación se presenta entre 1972 y 1984, época en la cual coincide con un mayor incremento de población en la delegación, principalmente hacia el Oriente, en la zona de Padierna y hacia el este en la zona de Villa Coapa, incremento presentado en el tercer contorno de crecimiento de la ciudad de México.

Finalmente en 1994 se duplica el número de establecimientos de 1986 y sobrepasa el incremento presentado por el Distrito Federal, es decir de los 35,214 establecimientos nuevos en el Distrito Federal, 2,385 se abrieron en Tlalpan, que representa el 7.6 % de la entidad. Este incremento es menor que en la década anterior, coincidiendo también con la disminución de la tasa de crecimiento de la población que pasó de la 10.9% a 2.%, mientras la tasa de crecimiento del comercio baja de 19.25 a 8.3%. proceso que indica ya no una conformación de la delegación sino un proceso de consolidación.

2.2 Tipos de comercios predominantes

El crecimiento comercial presentado en la delegación de Tlalpan, trajo al mismo tiempo una diversificación de los diferentes tipos de comercios; para observar dicha diversificación se utilizaron los datos de 1972 y 1988.

Actualmente los tipos de comercios de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), se agrupa en el sector 6 Comercio, que se divide en dos subsectores principales: comercio al por mayor subsector 61 y al por menor

subsector 62, a partir de esta subdivisión se marcan las diferentes ramas. Por tal motivo para poder realizar la comparación entre las dos fechas, se procedió a reclasificar los diferentes comercios encontrados en Tlalpan en 1972, de acuerdo a la clasificación elaborada por INEGI. El resultado puede verse en la tabla III.4.

TABLA III.4 COMERCIOS EN TLALPAN 1972

SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ESTABLECI- MIENTOS	%
Subsector 62 Comercio al por menor	730	100
Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	516	70.7
Comercio de productos alimenticios en supermercados, tiendas de autoservicio y almacenes	4	0.5
Comercio de productos no alimenticios en establecimientos especializados	192	26.3
Comercio de automóviles, incluye llantas y refacciones	6	0.8
Estaciones de gasolina	4	0.5
Otros	8	1.1

FUENTE: "Distribución de la Industria, comercio y servicios en la delegación de Tlalpan" Hernández 1972.

ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

En primera instancia se observa que el año de 1972, no se registran comercios enfocados a la venta al por mayor, quedando el subsector 61 vacío; presentándose solo el subsector 62 que se enfoca a los comercios de venta al por menor.

Durante la década de 1970 existe un predominio de los comercios de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados, representado el 70.7%, del total de la delegación, destacando las misceláneas sumando un total de 326, que durante esta época eran los principales comercios de abasto a la población, ya que como lo menciona Hernández (1972) "las misceláneas continúan siendo en locales pequeños, y en ellos se podía comprar de todo, principalmente aquellos ubicados en los poblados más alejados del centro". Junto con las misceláneas se encuentra a 89 establecimientos destinados a la venta de alimentos.

En segundo lugar se encuentra el comercio de productos no alimenticios en establecimientos especializados, que representan el 26.9% es decir menos de la mitad

que la categoría anterior, en esta rama destacaban los establecimientos dedicados a la venta de artículos relacionados a la construcción, en especial llapalería y venta de ladrillos, después la venta de artículos para el hogar y la venta de combustible, principalmente la de petróleo, carbón y leña.

A partir de estos establecimientos, las demás ramas registran menos del 1%, siendo pocos los establecimientos, sin embargo, es importante mencionar, la participación de las tiendas de autoservicio y supermercados, que para esa fecha se registran 4, representando el porcentaje más bajos, pero como lo menciona Hernández (1972:35)

"Las tiendas de autoservicio con proyecciones más modernas y que fueron instaladas recientemente con excepción de la Luna. Estas tiendas dan servicio principalmente en Villa Coapa, en donde encontramos dos de ellas, La última y más reciente es la Bodega de Aurrera que vino a solucionar el problema de la gente del centro de la cabecera, la que necesitaba de un establecimiento más moderno y de mejor calidad" (1974:35)

De todos los datos anteriores se puede decir que durante 1972, los comercios más importante son los destinados a satisfacer las necesidades de la población, en primer lugar la alimentación, posteriormente vivienda y vestido, ya que durante esta década la delegación se encontraba en plena expansión urbana. Cabe hacer destacar que durante este periodo la venta de combustible era importante, ya que aún existían familias que utilizaban como combustible principal al petróleo y después el carbón, de ahí su importancia como establecimiento comercial y de distribución. Por otra parte la aparición de supermercados que marcan ya el inicio de una nueva conceptualización del comercio, dejando atrás el pequeño comercio, dando paso al establecimiento de comercios que corresponden a grandes cadenas comerciales, que estos posteriormente serán una base para la formación de áreas comerciales en la delegación.

A continuación se realizará el análisis de los datos de 1988, lo cuales se pueden ver en la tabla III.5

TABLA III.5 COMERCIOS EN TLALPAN 1988

SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ESTABLECI- MIENTOS	%	POBLACION OCUPADA	%
Subsector 61 Comercio al por mayor	144	3.5	1123	9.7
Compra venta de material de desecho	14	0.3	24	0.2
Comercio de productos no alimenticios, incluye alimentos para animales	125	2.9	837	7.2
Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco	5	0.1	262	2.3
Subsector 62 Comercio al por menor	4083	96.5	10436	90.1
Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	1969	46.5	3153	17.2
Comercio de productos alimenticios en supermercados, tiendas de autoservicio y almacenes	16	0.3	1548	13.3
Comercio de productos no alimenticios en establecimientos especializados	2010	47.5	4765	41.1
Comercio de productos no alimenticios en tiendas de departamentos y almacenes	7	0.2	162	1.4
Comercio de automóviles, incluye llantas y refacciones	76	1.8	633	5.5
Estaciones de gasolina	5	0.1	175	1.5

Se utiliza el desglose de 1988, pues los datos de 1994 se encuentran en forma preliminar

FUENTE: X Censo comercial resultados definitivos, censos económicos. INEGI 1989.

En primer instancia para esta época, se registran establecimientos correspondientes al subsector 61, que son comercios de venta al por mayor, es así que de los 4227 establecimientos registrados en 1988, 144 eran considerados dentro del sector 61 representando el 3.4 % del total, destacando el comercio de productos no alimenticios, incluyendo alimentos para animales, en segundo lugar la compra-venta de materiales de desecho, siendo contabilizados 14 y finalmente 5 en comercio de productos alimenticios bebidas y tabaco al por mayor.

Mientras al subsector 62 le corresponde el 96.6%, de esta manera existe un predominio de los comercios de venta al por menor, destacando el comercio de productos no alimenticios en establecimientos especializados, que ocupa el 49.2% del subsector. En

segundo lugar se encuentran los comercios de productos alimenticios, bebidas y tabaco, al por menor en establecimientos especializados, contabilizando 1,969, que representan el 48.2%. Y 76 establecimientos, se dedican a la venta de automóviles, incluyendo llantas y refacciones, representa el 1.8%,

En la delegación se contabilizaron 16 supermercados y tiendas de autoservicio con productos alimenticios (se consideran aquellos establecimientos que tienen más del 33% de sus ventas en productos alimenticios) dentro de ellas destacan:

- En la zona Villa Coapa: Gigante en avenida Acoxa y Canal de Miramontes
- Aurrera en la av. Canal de Miramontes
- Aurrera en av. Canal de Miramontes

Zona centro:

- La Luna en calzada de Tlalpan. (llegó a formar una plaza comercial, sin embargo nuevamente quedó como tienda de autoservicio)
- Superama en Calz. de Tlalpan
- Bodega de Aurrera en av. Insurgentes.
- Comercial Mexicana Calle Ayuntamiento.
- Conasupo av. Insurgentes (actualmente ya desapareció)
- SEDENA en la unidad de ISSSFAM en San Pedro Mártir.

Finalmente en 1988 se reportan 7 tiendas departamentales y almacenes (de acuerdo al INEGI incluye tiendas de autoservicio con el 33% o menos de ventas de productos alimenticios). De entre ellas destacan:

- Suburbia en Miramontes
- Sanbors en av. Canal de Miramontes
- El Sol en Huipulco

Se encuentran solo 5 gasolineras en la delegación

- Av. Canal Miramontes y av. Acoxa
- Calzada México Xochimilco y Calz. de Tlalpan
- Calz. de Tlalpan y San Fernando
- Topilejo
- Av. Insurgentes con Autopista México - Cuernavaca.

Al comparar los datos de 1972 y 1988, se obtuvo como resultado, que en la delegación de Tlalpan, se ha presentado una diversificación de la actividad comercial, en respuesta del mismo crecimiento de la población, es decir, la delegación de Tlalpan entra a formar parte de la Ciudad de México en la década de 1970, llevando un proceso de conformación de la delegación, y posteriormente traerá consigo modificaciones en las actividades que se realizan en la delegación. De esta manera se ha presentado grandes diferencias, que a continuación se mencionan:

-Para 1988 se encuentra registrado el subsector 61, que corresponde a la venta al por mayor, que no se presentaba en 1972, ocupando el 3.4% del total de la delegación. En donde se incluyen tres diferentes ramas, registrándose las actividades como: la compra y venta de materiales de desecho, productos no alimenticios, en los cuales se incluyen la venta de alimentos para animales, establecimiento de alimentos de venta al por mayor, llegando a registrar 125 establecimientos, de este subsector.

-Se registra la rama de comercio de productos no alimenticios en tiendas de departamentos y almacenes, que al igual que el subsector 62, no se presentaba en el año de 1972. Siendo estos complemento de las tiendas de autoservicios, para la conformación de las áreas comerciales, como posteriormente se analizará.

-Existe una disminución en el porcentaje correspondiente a los establecimientos dedicados a la venta de productos alimenticios, bajando del 70.7% en 1972 al 46.5% en 1988, y registrándose un aumento en la rama del comercio de productos no alimenticios, que para 1988 alcanza el 47.5%, de esta manera existe una mayor variedad de comercios, ya que en 1972 se concentraban en la venta de alimentos y para 1988, existen el doble de establecimientos dedicados a productos no alimenticios, presentando una diferencia del 1%, entre estas dos ramas, mientras que en 1972 existía la diferencia del 44.4%. Si a esto se le agrega, que en la rama de productos alimenticios, presenta 19 clases, en las cuales se agrupan los diferentes establecimientos, con este tipo de ventas, mientras en la rama de productos no alimenticios presenta 80 diferentes clases, existiendo toda una gama de artículos que pueden ser adquiridos, en respuesta del establecimiento de nuevas actividades generadas en la delegación.

-Se presenta un aumento de tiendas de autoservicio y de supermercados, los cuales influyen en una disminución de establecimientos especializados a la venta de alimentos,

al ofrecer gran cantidad de artículos en un espacio, que no solamente corresponden a productos alimenticios, si no que se complementan con otros.

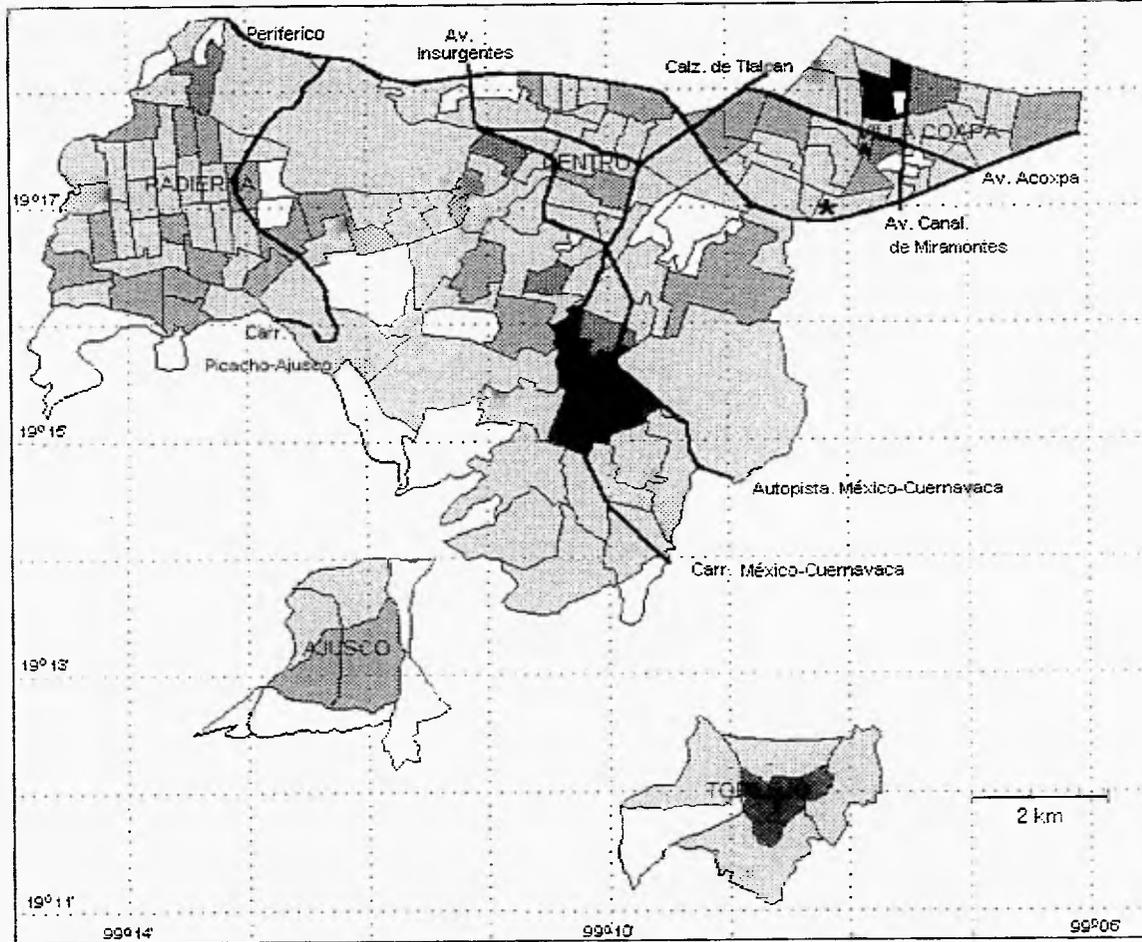
Por otra parte, hacia la década de 1990 se genera otro tipo de tiendas de autoservicio relacionadas con capital extranjero; como consecuencia de la entrada de México al Tratado de Libre Comercio, con Estados Unidos y Canadá, estas tiendas se caracterizan por tener en venta principalmente productos de importación, provenientes de los dos países antes mencionados, este tipo de comercios se encuentran representados en la Delegación de Tlalpan por la tienda "Price Club" localizada en Periférico y Place Market en Villa Coapa. (véase mapa III.6)

-Desaparece la distribución y venta de combustible en respuesta del mayor uso de gas doméstico y prohibición de expendios de petróleo.

-En relación a las gasolineras existe el aumento de un establecimiento, localizado en el pueblo de Topilejo, conservándose los cuatro anteriores, localizados en las zonas de mayor circulación.

Por otra parte si bien es cierto las ramas de tiendas de autoservicio, supermercados y tiendas de departamentos, no representan un fuerte porcentaje en cuanto al número de establecimientos, si son importantes para el patrón espacial de distribución, ya que son puntos de atracción para el establecimiento de otros comercios, llegando a constituir actuales centros o plazas comerciales, (destacando Galerías Coapa, Plaza Coapa y Coaplaza, Suburbia, Sambors) ocupando mayores áreas, por su necesidad de espacio para la tienda principal y para el estacionamiento, que en ocasiones llega a ser mayor que el de la tienda.

Así mismo estos establecimientos emplean un mayor porcentaje de población, esto se puede constatar con el dato de población ocupada, en primer lugar estas dos ramas representa solo el 0.3 % y el 0.2% de establecimientos, sin embargo ocupa el 13.3% y el 1.4% de la población, respectivamente. Por otra parte al realizar el promedio de personal ocupado en cada establecimiento, resulta que los supermercados ocupan en promedio 97 personas cada establecimiento y las tiendas departamentales ocupa cada una 23, mientras que las ramas con mayor porcentaje de establecimientos (comercio de productos alimenticios y no alimenticios en establecimientos especializados), ocupan en promedio 2 y 3 personas respectivamente; los datos anteriores marcan que los



**DELEGACION DE TLALPAN
DISTRIBUCION DEL COMERCIO
1994**



CONCENTRACION DE ESTABLECIMIENTOS

- Más de 200 establecimientos
- ▨ 151 a 200
- ▧ 101 a 150
- ▦ 51 a 150
- ▤ 1 a 50
- Sin comercio

**COMERCIO MODERNO DE CAPITAL
EXTRANJERO**

- ★ Price Club
- Place Market
- AGEB
- Principales vialidades

FUENTE: INEGI 1990
INEGI 1994
ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA III.6

supermercados y tiendas de departamentos pueden ser considerados comercios pequeños (población ocupada entre 16 y 100) o medianos (más de 100 personas ocupadas), mientras que el resto de los establecimientos pueden ser microcomercios (con una población ocupada de 15 o menos persona).

Los dos temas vistos anteriormente: la distribución de la población y crecimiento de la actividad comercial, sirven para iniciar una primera aproximación del patrón espacial del comercio en la delegación.

Se desarrolló una expansión de la actividad comercial en respuesta al crecimiento y distribución de la población, que se presentó en la delegación, durante las décadas de 1970 y 1980. Ya que en el año de 1972 la actividad comercial se concentraba en algunas áreas específicas, principalmente en aquella donde ya existía una población, para 1994 existe una mayor distribución en todo el territorio habitado de Tlalpan. (véase mapas III.5 y III.6)

Sin embargo, existen áreas específicas que presentan una concentración de establecimientos comerciales, (con más de 100 establecimientos) como se puede ver en el mapa III.6, en este caso destacan las zonas de Villa Coapa y algunas áreas de la zona centro, conservando de esta manera la importancia de dichas áreas a nivel de comercios, sin embargo, de acuerdo a la distribución de 1994 y 1972 no corresponden exactamente las áreas con mayor concentración por ejemplo en el centro de Tlalpan, donde se registraba el mayor número de establecimientos en 1972, esto se debe en gran parte por la forma de localización de los comercios, lo cuales se ubican sobre las principales avenidas, que cruzan diferentes áreas, de tal manera que se distribuyen en ella, las avenidas más importantes con comercios son: Calz. Miramontes, Av. Acoxta en la zona de Villa Coapa, y Calz. de Tlalpan, San Fernando, Insurgentes y Periférico en la zona Centro, que sirvieron como ejes para la difusión de la actividad comercial.

La distribución observada anteriormente da como resultado un patrón de distribución, con tres tipos de niveles:

1.- Areas de concentración comercial. En la delegación existen áreas comerciales, en las cuales se concentran los establecimientos de comercio en una forma complementaria, estas zonas se encuentran repartidas en algunos puntos principales. Dentro de este rubro se consideran todas aquellas áreas que presentan varios

establecimientos comerciales, considerando que existen sus diferencias entre los diversas agrupaciones definidas en este trabajo.

a) Zonas comerciales que tuvieron su origen en forma histórica, es decir se fueron ubicando diferentes establecimientos comerciales como complemento a los ya establecidos, en áreas con cierta importancia comercial, porque ya existía la actividad y/o se consideraba como un centro estratégico de afluencia de la población, como puede ser un mercado, o por que existía un asentamiento anterior, como: El Centro de Tlalpan, San Pedro Mártir o Topilejo.

b) Centro comercial.- Se presenta un proceso que se caracteriza por localizar comercios en la misma área donde se establece un supermercado o tienda de departamentos, que servirán como base para la formación de centros comerciales como: Plaza Coapa en Villa Coapa.

c) Supermercado y tiendas departamentales. Este tipo de tiendas en algunas áreas suelen localizarse en forma individual, presentando una tendencia a atraer pequeños comercios.

d) Comercio moderno de capital extranjero, en este caso en la delegación de Tlalpan se encuentra representado por el Price club y Place Market

2.- Sectores comerciales, en las principales avenidas.

3.- Comercio aislado en el resto de la delegación, principalmente en aquellas áreas que registran menos de 100 establecimientos comerciales, niveles que generalmente predominan en toda la delegación.

Como se puede observar en los mapas III.5 y III.6, la principal área de comercios en 1972 ya no corresponde a la concentración de establecimientos de 1994, sin embargo las primeras áreas fueron base para la formación de las principales área comercial actuales como son en Villa Coapa, en la cual influye el establecimiento de tiendas de autoservicio y tiendas de departamentos, como Liverpool, Suburbia, mientras que en la zona centro se concentro en las avenidas. por lo tanto a nivel AGEB no se reporta una concentración ya que las avenidas cruzan diferentes AGEBs. Se repite el proceso de expansión, a partir de un centro.

-Dentro de la rama de venta de productos no alimenticios, son considerados los siguientes giros: Tienda de ropa y calzado, tienda de disco, juguetes y regalos, mueblerías insumos para la industria, medicamentos y productos farmacéuticos, material e instrumental médico y de laboratorio, papelerías y librerías, productos químicos para la industria, madera en general, materiales para construcción, material eléctrico para la industria y el hogar, materias primas agrícolas, suministro para granjas y medicina veterinaria, maquinaria para la industria, el comercio, la agricultura y los servicios, ferreterías y tlapalerías, farmacias.

-En la rama de productos alimenticios se pueden encontrar aquellos giros como tiendas de abarrotes, carnicerías, expendios de chiles y semillas, verdulerías, pollerías, expendios de huevo, comercio de pan y tortillas, salchichonerías, paletterías, dulcerías, vinaterías, tiendas de agua purificada, lecherías.

-Los giros dentro de la rama de venta de automóviles incluyendo llantas y refacciones son: comercio de automóviles nuevos, de automóviles usados, de refacciones y accesorios nuevos para automóviles y accesorios usados.

Al igual que la ciudad de México la Delegación de Tlalpan presenta diferentes etapas de crecimiento, principalmente a partir de su integración a la Ciudad. Encontrándose que antes de la década de 1970, solo se presentaba bien establecida la parte norte de la zona Centro, y los diferentes pueblos constituidos por San Pedro, San Andrés, Ajusco y Topilejo. Después de esta década los diferentes tipos de poblamiento han influido en el crecimiento del comercio, de tal manera que la zona de Villa Coapa es actualmente la zona de mayor concentración de los establecimientos comerciales a diferencia de la zona de Padierna de la misma zona Centro.

Por otra parte, el crecimiento de la población y la distribución de los niveles socioeconómicos, influyeron en la diversificación de los tipos de comercio encontrados en la delegación, existiendo la tendencia de proliferación de comercios individuales enfocados a productos no alimenticios, y la generación de supermercados y tiendas departamentales. Esta dinámica es la base para poder explicar la estructura espacial de la actividad comercial localizada en la delegación, que será definida en el siguiente capítulo.

IV. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL USO DEL SUELO

IV.1 ESTRUCTURA ESPACIAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN TLALPAN

1.1 Distribución espacial de la actividad

Como se vio en el capítulo anterior, la actividad comercial en Tlalpan ha aumentado y se ha diversificado en un gran número de establecimientos, en el desarrollo del presente apartado se analizará la distribución de la actividad comercial en la delegación, para finalmente definir áreas con mayor concentración comercial; para ello se utilizará la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), referente al número de establecimientos a nivel de área geoestadística básica (AGEB), del año de 1994, complementando esta información con la aplicación de un índice de localización y la distribución de comercios grandes.

La delegación de Tlalpan cuenta con un total de 6542 establecimientos, por lo tanto para analizar la distribución de la actividad, se definieron 5 rangos de concentración de establecimientos comerciales, siendo los siguientes: (Los resultados pueden verse en el mapa III.6):

Más de 200 establecimientos

de 151 a 200 "

de 100 a 151 "

de 51 a 100 "

de 1 a 50 "

Sin embargo, al analizar la distribución de los establecimientos se encontró que existen áreas sin población, en las cuales se localizan el Club de Golf, Pirámide de Cuicuilco, centro deportivo de Villa Olímpica, áreas sin comercio y áreas que no proporcionan los datos del número de establecimientos, quedando dichas áreas sin establecimientos comerciales, como se puede ver en el mapa antes mencionado.

En términos generales se observa que los niveles más bajos de la concentración de establecimientos (de 1 a 50 y de 51 a 100) son los que se encuentran con mayor frecuencia, predominando en la mayor parte de la delegación.

Sin embargo, de la situación anterior, destacan diferentes áreas que por su mayor concentración, presentan los niveles más altos; a continuación se dará una descripción de cada una, mencionando a la zona correspondiente a la cual pertenecen.

1) Zona de Villa Coapa, en la cual se localizan los AGEBS con mayor número de establecimientos, en esta área se registran los niveles más altos, destacando el AGEB 023-3 (Pericoapa) que en total registran 847 establecimientos y representa el 12.4% del total de la delegación, muy cerca de éste se localizan los AGEBS 025-2 (Galerías Coapa) y 057-2 (Villa Coapa), con más de 100 establecimientos. Estas áreas cubren partes de las siguientes colonias Vergel Coapa, Oriental Coapa, Acoxa, Villa Coapa, Unidad habitacional Narciso Mendoza, observándose que estas áreas se encuentran cercanas entre sí, conformando una zona importante de actividad comercial.

2) En la zona centro destaca cinco áreas, que de acuerdo a los niveles de concentración de establecimientos son las siguientes:

Sobresale el rango de 151 a 200 establecimientos, se encuentra el AGEB 120-8, (Pueblo de San Andrés Totoltepec) con una concentración de 171 establecimientos que representa el 2.61%, es importante mencionar que esta zona es atravesada por las carreteras que dan salida a la ciudad de México hacia el estado de Morelos.

En el rango de 101 a 150, destacan tres áreas: a) La zona centro del pueblo de San Pedro Mártir, conformando una continuación con San Andrés que corresponde al rango anterior. b) Entrada a la Colonia Miguel Hidalgo donde se unen las Avenidas de Insurgentes y San Fernando y c) El área donde se ubica la colonia Tlalcoligia, pues es esta la entrada principal para las demás colonias que se localizan en la parte sur de la zona centro.

Es importante mencionar que en forma contraria a la Zona de Villa Coapa, en esta zona las áreas de concentración de comercio, se encuentran bastante retiradas una de otra, indicando de esta manera las diversas áreas de comercio, que han crecido en forma independiente, de acuerdo a su localización.

3) En la zona de Padierna solo existe un AGEB en el rango de 101 a 150 establecimientos; corresponde a la colonia Fuentes del Pedregal, localizada muy cerca del Periférico.

4) Finalmente en la zona de pueblos destaca el centro del pueblo de Topilejo, ya que éste se une con la delegación de Xochimilco. Mientras el pueblo de Ajusco se encuentra separado relativamente de la zona urbana de Tlalpan, ya que solo se une a ella por medio de la carretera Federal a Cuernavaca, siendo esta la principal y por la carretera Picacho- Ajusco, aunque esta última se utiliza con menor frecuencia.

Es importante mencionar que el centro de Tlalpan disminuye su importancia como lugar de concentración del comercio, en relación con el resto de la delegación, ya que actualmente se encuentra en el rango de 50 a 100 establecimientos, conservándose como zona tradicional y patrimonio cultural, mientras que en 1972 concentraba el mayor número de establecimientos; esta área a diferencia de la zona de Villa Coapa, en la cual el aumento de comercios es significativo, ya que en 1972 se registraban 33 establecimientos.

Una vez observada la distribución de los establecimientos se procedió a la aplicación de un índice de localización, (modificado del índice de localización industrial, Werner 1977) en el cual se compara el número de establecimientos comerciales con el número total de las unidades económicas, localizadas tanto en la delegación como en el área específica de análisis. Los resultados de la aplicación del índice puede verse en el mapa IV.1

La expresión del índice es la siguiente:

$$I = \frac{ec \cdot ET}{Ec \cdot et}$$

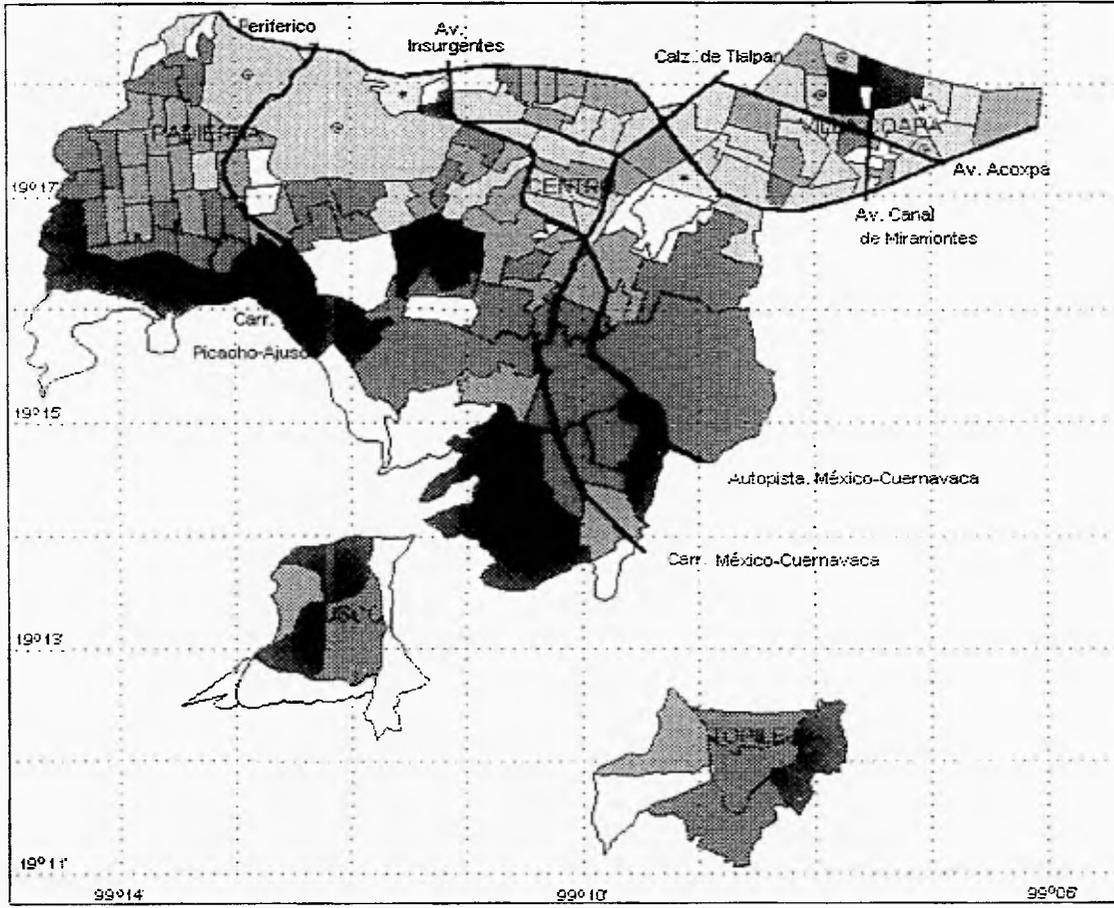
I= Índice de localización

ec= Número de establecimientos de comercio del área considerada

ET = Número de establecimientos en todas las actividades de la delegación

Ec = Número de establecimientos comerciales en la delegación

et = Número de establecimientos en todas las actividades económicas del área considerada.

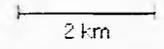


DELEGACION DE TLALPAN
INDICE DE LOCALIZACION
COMERCIAL



INDICE

- Más de 1.5
- 1.25 a 1.5
- 1.0 a 1.25
- 0.75 a 1.0
- 0.5 a 0.75
- 0.25 a 0.5
- △ 0 a 0.25
- Sin comercio
- AGEB
- Principales vialidades



FUENTE: INEGI 1984
ELABORÓ: Ma. Isabel Cruz López

MAPA IV.1

Para la interpretación del índice de localización se deberá considerar los siguientes parámetros:

Si el valor del índice es igual a 1, se considera que en el área existe una concentración, conforme los valores del índice sean menores o mayores a la unidad implicará una menor o mayor concentración, respectivamente.

En general con los resultados se puede apreciar que existe una máxima concentración de los establecimientos comerciales, en las dos unidades; a partir de esto, se pueden determinar varias situaciones, que se presentan en la delegación.

a.- Existe una máxima concentración, en dos AGEBs; presentando un índice mayor al 1.5, estas áreas se localizan en dos zonas diferentes: una en la colonia de Tepeximilpa, en el cual de los 9 establecimientos localizados en la zona, 8 corresponden a la actividad comercial, la otra se localiza en Villa Coapa, en este caso de los 916 unidades económicas 847 corresponden al comercio, es decir el 92.4%, coincidiendo con la zona de mayor número de establecimientos. Ambas áreas presentan el máximo nivel del índice encontrado en Tlalpan, sin embargo existe una gran diferencia en relación a la concentración de establecimientos, siendo de mayor crecimiento la zona de Villa Coapa.

b.- El índice de 1.25 a 1.5 predomina en la parte más al sur, tanto de la zona de Padierna como de la zona centro, lo cual indica que la mayor parte de los establecimientos económicos localizados en dichas áreas, corresponden al comercio, existiendo una concentración en esta actividad. Siendo esta parte el área de más reciente integración a la zona urbana. Con excepción del AGEB 025-2 (Galerías Coapa) localizado en la zona de Villa Coapa y el AGEB 009-3 (Villa Olímpica) ubicado en la zona Centro.

El nivel de 1.00 a 1.25 presenta un comportamiento similar al nivel anterior, es decir se localiza al sur de la zona urbana, conformando una franja anterior al rango de 1.25 a 1.5, integrada por colonias consolidadas después de la década de 1970, (con excepción de San Andrés y San Pedro), asimismo en la zona de pueblos formada por Ajusco y Topilejo, se presenta este mismo patrón. Con excepción de algunos AGEBs que se encuentran más integrados a la zona urbana Como son: en la zona Centro 036-0 (Insurgentes - San Fernando), 012-5 (Sala Ollin Yoliztli), 009- 3 (Unidad habitacional

Villa Olímpica), en Villa Coapa el 047-9 (Plaza Coapa), 099-6 (colonia AMSA) , en Padierna 136-9 (colonia Fuentes del Pedregal) y 138-8 (colonia Las Calles).

Existe una disminución muy notable del índice hacia el norte, indicando una mayor diversificación de las actividades, ya que estas áreas se encuentran con mayor comunicación con el resto de la ciudad, por lo general en estas zonas se mantienen los niveles de 0.5 a 0.75 y del 0.75 a 1.0 indicando la importancia de la actividad comercial sobre la industrial y servicios, lo cual se puede ver en la siguiente tabla.

TABLA IV.1 ACTIVIDADES SECUNDARIAS Y TERCIARIAS EN LA DELEGACION DE TLALPAN

	Núm.	%
Unidades económicas	11,236	
Industria	885	7.8
Comercio	6,612	58.84
Servicios	3,739	33.3

FUENTE: Censos económicos. INEGI, 1990
CANACO 1994.

Los niveles más bajos (menos del 0.5), se presentan en los AGEBS que se caracterizan por tener equipamientos AGEB 207-0 en el se localizan El Colegio de México, La Universidad Pedagógica, servicios en el AGEB 006-a se localizan Reino Aventura, El Bosque Nacional del Pedregal y algunas zonas residenciales de nivel socioeconómico alto, 007-4 conformado por zonas residenciales de nivel socioeconómico alto y por servicios como hoteles y oficinas, 097-7 en el se localizan principalmente servicios como Deportivo del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Secretaria de Salud, y los AGEBS de 020-a, 022-9, 027-1 y 059-1, presentan niveles socioeconómicos altos.

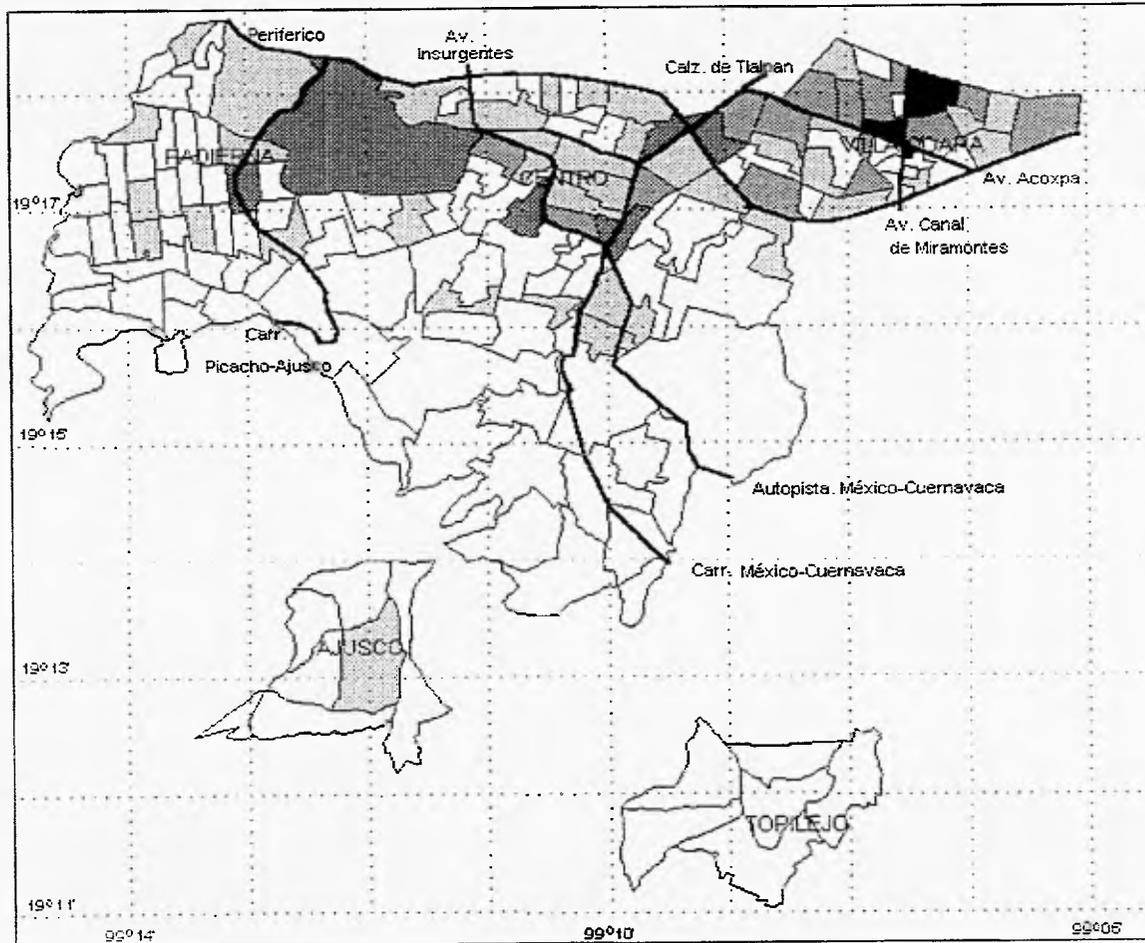
c.- El índice proporcionó información sobre el predominio de los establecimientos comerciales sobre las otras actividades que se desarrollan en la delegación y en cada una de las áreas que la componen, ya que el índice de menor valor (menos de 0.5) se registró en ocho áreas, caracterizadas por presentar servicios o equipamientos grandes, como los AGEBS ubicados sobre el Periférico, en los cuales destacan los servicios de lujo como Hoteles, Bancos; o zonas de vivienda residencial de niveles socioeconómicos altos.

Por otra parte los resultados del índice dio un panorama de concentración hacia el sur de la delegación y una mayor diversificación hacia el norte. Resaltando diferentes áreas por su importancia de concentración de comercios y descartando otras que a pesar de presentar un índice de nivel alto, por su reciente formación resultaban de menor importancia al comparar estos datos con la distribución del número de comercios. De esta manera se puede considerar que el comercio es la primera actividad que se introduce junto con la población en las nuevas áreas que se integran a la zona urbana.

Por lo tanto se empleó otro elemento que fue necesario tomar en cuenta para la definición de las áreas comerciales, en este caso se incluyó el tamaño de los establecimientos, para ello se cuenta con la información del número de comercios grandes (en los cuales laboran más de 50 personas, de acuerdo a la información proporcionada por el INEGI).

Si bien es cierto que el mayor porcentaje de establecimientos corresponde a los comercios pequeño y microcomercios, en los establecimientos grandes se lleva acabo el 75% de la actividad y tan solo el 25% lo realizan los pequeños, considerando la importancia de conocer la distribución de los comercios grandes, como indicadores de las áreas de mayor importancia comercial. La distribución de los comercios grandes se puede ver en el mapa IV.2. Las observaciones que se tienen al respecto, son las siguientes:

Existe una orientación de este tipo de establecimientos hacia la parte norte de la delegación, asimismo los establecimientos se localizan en aquellos AGEBS que presentan un contacto físico con las principales avenidas de acceso y comunicación de la delegación, como son: Periférico, Insurgentes, Calzada de Tlalpan, Calzada del Hueso, avenidas Acoxta y Canal de Miramontes. Existiendo un predominio de localización de establecimientos grandes en la zona de Villa Coapa, ocupando el primer lugar y en el segundo se encuentra la zona centro, por tener esta zona mayor comunicación. Por otra parte influye la localización de las tiendas de autoservicios y supermercado, que ocupan un mayor número de personal, así como las tiendas departamentales. Caso contrario de la zona de pueblos, donde se registran 2 establecimientos grandes en el pueblo de Ajusco. Así como en la zona de Padierna en donde los establecimientos se encuentran en forma dispersa

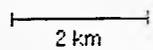


**DELEGACION DE TLALPAN
DISTRIBUCION DE COMERCIOS
GRANDES**



CONCENTRACION DE COMERCIOS

- Más de 20 establecimientos
- De 11 a 20
- De 6 a 10
- De 3 a 5
- 1 y 2
- Sin establecimientos
- AGEB
- Principales vialidades



FUENTE: INEGI 1990
INEGI 1994

ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA IV.2

Al comparar esta información y los resultados del índice, se puede determinar que aún con la concentración de establecimientos comerciales en la zona sur, con respecto a total de unidades económicas, estas corresponden a negocios pequeños, ya que no se registraron grandes, en dichas áreas, indicando que las zonas son de reciente formación, por lo tanto, el comercio que se establece es del tipo de tiendas de abarrotes, papelerías, que en realidad dan abasto de artículos de primera necesidad, confirmando que este tipo de comercio sigue a la población.

Por otra parte se observa que la localización de los establecimientos, son en aquellas zonas, donde ya existía comercio, desde la década de 1970, aprovechando la demanda generada por el crecimiento y distribución de la población, así como la accesibilidad y la ubicación de las principales avenidas que estructura a la delegación de Tlalpan y que la comunican con el resto de la ciudad.

Una vez analizadas las tres variables anteriores, se procedió a la definición de las principales áreas comerciales, considerando con mayor peso a la variable de distribución de comercios grandes, como elemento principal que dará una jerarquía a las áreas específicas; en segundo lugar el índice de localización y finalmente el número de establecimientos, definiendo 6 niveles (véase tabla IV.2).

TABLA IV.2 DEFINICION DE AREAS COMERCIALES

VALOR ASIGNADO	DISTRIBUCION DEL COMERCIO (Establecimientos)	INDICE DE LOCALIZACION	DISTRIBUCION DE COMERCIOS GRANDES
1	Más de 200	Más de 1.5	Más de 20
2	de 151 a 200	1.0 a 1.5	de 11 a 20
3	de 101 a 150	0.5 a 1.0	de 6 a 10
4	de 51 a 100	0.25 a 0.5	de 3 a 5
5	de 1 a 50	0.1 a 0.25	1 y 2
6	Sin comercio	Sin comercios	Sin comercios

FUENTE: Cálculos propios

Se realizó una suma de las tres variables con el objeto de definir los rangos de concentración de la actividad, siendo los siguientes:

TABLA IV.3 NIVELES DE CONCENTRACION DEL COMERCIO

CATEGORIA	VALOR (suma de las tres variables)
Muy alta	3
Alta	4 - 6
Media	7- 9
Baja	10-12
Muy baja	13 - 15
Sin actividad	Más de 15

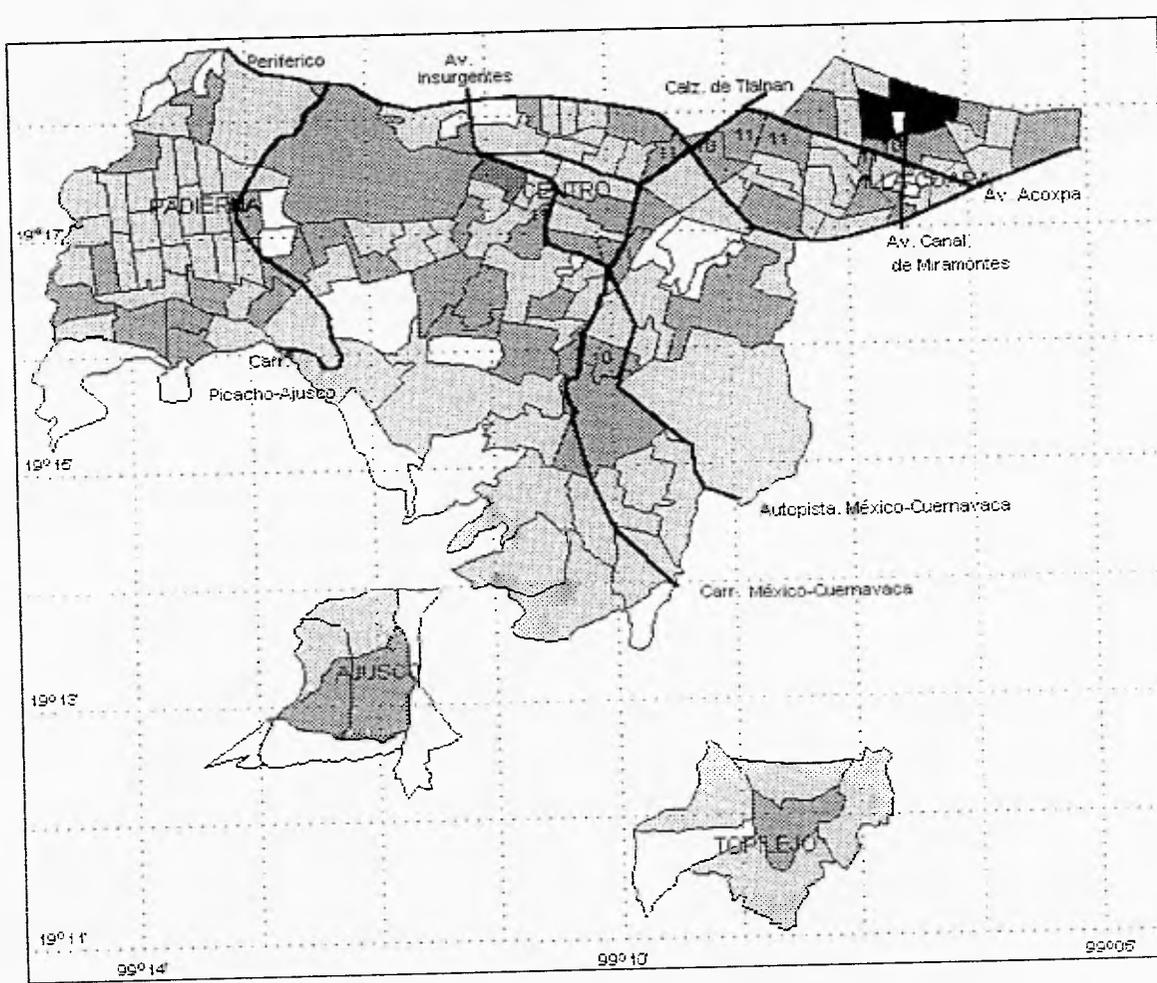
FUENTE: Cálculos propios

El nivel muy alto no se presentó en la delegación, pues la zona que había reportado mayor número de comercios y mayor índice, solo reporta 1 establecimiento grande, bajando de esta manera su nivel. La categoría alta se encontró en las áreas 025-2 y 023-3, localizadas en la zona de Villa Coapa, mientras el nivel medio, solo se reporta en el AGEB 036-0, localizado sobre Insurgentes, en la zona Centro; el resto de la delegación, presenta los niveles bajo y muy bajo, como se puede apreciar en el mapa IV.3, predominando el nivel muy bajo en la zona de Padierna y áreas localizadas al sur de la zona centro. En la zona de Pueblos solo se presenta el nivel bajo en el área, que tradicionalmente han sido para comercio, los cuales son denominados centro de Ajusco, o centro de Topilejo.

Finalmente del nivel bajo fueron seleccionados aquellas áreas que presentaran los valores de 10 y 11, considerándolos los más altos, dentro de dicho nivel, con el objeto de definir otras áreas que por su importancia se diferenciaron de los niveles más bajos, de esta manera se encontraron áreas que por su ubicación presentan una tendencia de continuidad con las áreas de mayor concentración de la actividad, sobresaliendo áreas en la zona centro y zona de Villa Coapa.

Por lo tanto las áreas comerciales encontradas fueron las siguientes: Villa Coapa, Unión de Av. Insurgentes y San Fernando, cruce de Calz. de Tlalpan y Periférico, San Pedro. Las tres últimas localizadas en la zona centro, dejando a Padierna y la zona de pueblos, sin una concentración significativa de comercio.

La definición de las áreas de mayor oferta del comercio, será la base para el siguiente inciso, en el cual se define la jerarquía de las áreas comerciales en la delegación de Tlalpan.



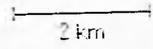
**DELEGACION DE TLALPAN
AREAS COMERCIALES**



**NIVELES DE CONCENTRACION
DEL COMERCIO**

Alta (4-6)	10 Del nivel bajo
Media (7-9)	AGEB con valor de 10
Baja (10-12)	11 Del nivel bajo
Muy baja (13-15)	AGEB con valor de 11
Sin actividad	

— AGEB — Principales vialidades



FUENTE: INEGI 1990
Mapas III.6, IV.1, IV.2

ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA IV.3

1.2 Formación y jerarquía de las áreas comerciales

En este apartado se definirá la jerarquía de las áreas comerciales, resultado del análisis anterior, para ello se realizó el trabajo de campo, por medio del cual se evaluó, el tipo de comercio que se encuentran en las zonas seleccionadas. Las áreas de concentración de comercio resultado del análisis anterior y que son consideradas como centros comerciales, se pueden ver en la tabla IV.4

TABLA IV.4 AREAS COMERCIALES EN LA DELEGACION DE TLALPAN

CONCENTRACION COMERCIAL	AGEB	ZONA	DENOMINACION DE LA ZONA
Alta (6)	025-2	Villa Coapa	Galerías Coapa
	023-3	Villa Coapa	Pericoapa
Media (9)	036-0	Centro	Insurgentes y San Fernando
Baja (10)	043-0	Centro	Huipulco
	047-9	Villa Coapa	Plaza Coapa
	117-6	Centro	San Pedro

Nota: El número entre paréntesis es la suma de los niveles de las tres variables: -Distribución del comercio, índice de localización y Distribución del comercio grande.

FUENTE: Cálculos propios

Así mismo fueron definidos los AGEBS que participan en la conformación de los sectores comerciales, considerándose las siguientes condiciones: a) Areas que reportaran en la suma de las tres variables (distribución del comercio, Índice de localización y la distribución de comercios grandes) un total de 11 puntos. b) Aquellas áreas que presentaran por lo menos un comercio grande, siendo esta variable la de mayor peso para la selección. Confirmando o descartando la selección con el recorrido de campo. Finalmente los sectores identificados en las delegación fueron los siguientes:

TABLA IV.5 SECTORES COMERCIALES EN LA DELEGACION DE TLALPAN

SECTOR COMERCIAL	AGEBS INVOLUCRADOS	ZONA
Av. Acoxta	045-a, 021-4, 022-9, 070-8	Villa Coapa
Av. Insurgentes	068-0, 037-5, 092-4, 038-a, 093-9, 094-3, 107-2, 101-5. Involucrando las Colonias de La Fama, Tlalpan, Santa Ursula Xitla, La Mesa	Centro
Calz. Tlalpan	094-3, 095-8, 96-2, 041-1, 042-6 Involucrando las colonias de Tlalpan, Niño Jesús, Toriello Guerra Sección 16.	Centro
Av. San Fernando	011-0, 037-5, 014-4. En las colonias de Peña Pobre, San Fernando y Carrasco.	Centro

FUENTE: Cálculos propios

Una vez que se visitaron las diferentes áreas y se identificaron los comercios más frecuentes, estos fueron clasificados, tomando en cuenta los elementos aportados por la literatura, la cual habla de los dos extremos de la jerarquía:

a) Centros mayores.- en los cuales se considera que ofrecen artículos de orden superior, que se caracterizan por ser mercancías de venta poco frecuente, por que representa un gasto importante de los ingresos familiares. En este caso la localización de los comercios es muy importante, por que influye la posibilidad de poder comparar la calidad de los artículos ofrecido.

Los umbrales de población son altos, su influencia incluye una buena parte de la ciudad. En general pueden existir relaciones entre los comercios, facilitando la comparación o complementariedad entre ellos.

b) Centros menores.- Los constituyen aquellas áreas donde la venta de mercancías es de orden inferior, caracterizados por ser artículos de gasto menor en comparación a la jerarquía superior, la compra de dichos artículos es de mayor frecuencia y tiende a seguir al cliente. En el grupo de orden inferior, se encuentran los artículos de consumo básico, representando el nivel más bajo de la jerarquía.

En este rubro la comparación no es importante, por lo tanto, la existencia de diversos comercios iguales genera competencia. La venta de los artículos es más frecuente, por lo tanto, los umbrales son más pequeños y la demanda es por parte de toda la población.

De acuerdo a lo anterior, los tipos de comercios encontrados en la zona de estudio, fueron divididos en dos sectores:

a) Venta de artículos de consumo básicos.

b) Venta de artículos no básicos, este último fue subdividido en 5 grupo de diferentes jerarquía; considerando que comercios pueden tener mayor frecuencia de compra y de gasto del ingreso, así como su mayor frecuencia de establecimientos en las zonas visitadas. Los grupos 2 y 3 presentan una jerarquía similar, siendo agrupados solo por el tipo de artículos que ofrecen. En la siguiente tabla se puede apreciar la agrupación definida.

TABLA IV.6 CLASIFICACION DEL COMERCIO EN LA DELEGACION DE TLALPAN

A) VENTA DE ARTICULOS DE CONSUMO BASICOS CONSIDERADOS DE BAJA JERARQUIA

GRUPO 1	
Abarrotes, Carnicería, Recaudería, Pollería, Panadería, Tortillería	

B) VENTA DE ARTICULOS NO BASICOS

MENOR JERARQUIA

ALTA JERARQUIA

GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	GRUPO 5	GRUPO 6
Vinatería Helados y paletas Art. naturistas Depósito de dulces Juguetería Farmacia Regalos Optica Art. Fotográficos Discos Galletas Pasteles	Papelería Tlapalería Ferretería Tornillos Lamparas Pinturas Vidriería Refaccionaria Marcos Venta de madera Mat. de construcción	Art. de piel Zapatos Ropa Uniformes Trajes Telas Art. de belleza	Librería Computación Electrónica Muebles Cortinas y alfombras Mascotas Funerales Florería	Inst. musicales Joyería Venta de motocicletas Venta de automóviles
GRUPO 7				
Tienda de autoservicios, Tienda de departamentos, Gasolinera				

FUENTE: Clasificación propia

De esta manera las mercancías de los comercios del grupo 6 marcarán la mayor jerarquía de los centros, disminuyendo conforme baja el número del grupo, hasta llegar al grupo 1 que conforma el nivel inferior de la jerarquía propuesta, sin embargo, el grupo 7 corresponde a comercios grandes, caracterizados por las tiendas de autoservicio y de departamentos, que en ellos existe una combinación de artículos básicos y no básicos para el primer tipo y el segundo es no básicos, en este caso la presencia de este grupo, por su tamaño se considera que influye en la determinación de mayor jerarquía. Considerándola como tienda ancla, es decir que a partir de su establecimiento, junto a ella se localizarán otros comercios complementarios, de esta manera formando zonas de comercio.

TABLA IV.7 RESULTADOS GENERALES DE CAMPO

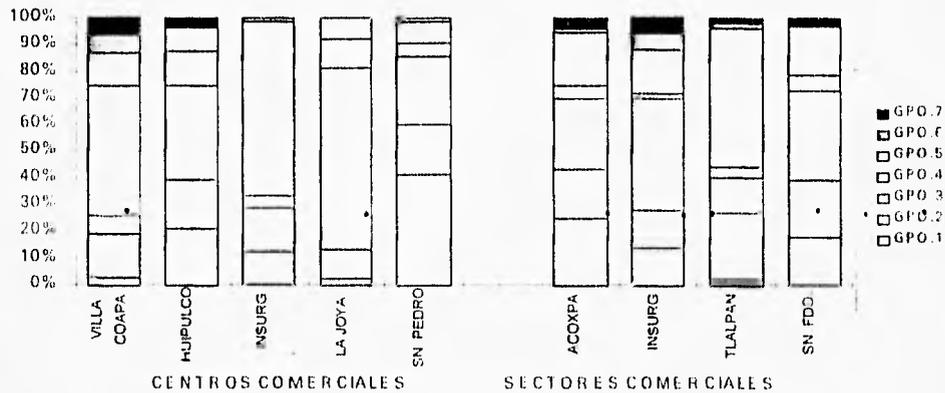
AREA DE CONCENTRACION COMERCIAL	GPO. 1 %	GPO.2 %	GPO. 3 %	GPO.4 %	GPO.5 %	GPO.6 %	GPO.7 %	TOTAL %
CENTROS								
Villa Coapa	2.5 6.3	16.4 28.3	7.0 8.31	48.5 78.3	12.3 14.7	6.4 61.2	6.4 52.4	100
Insurgentes	12.4 11.5	4.9 4.0	16.1 9.0	N.E	65.4 37.1	1.2 5.6	N.E	100
Huipulco	21.4 13.8	17.9 10.1	35.7 13.8	12.5 6.6	8.9 3.5	N.E	3.6 9.5	100
La Joya	2.7 1.1	10.8 4.0	67.6 17.2	10.8 3.8	8.1 2.1	N.E	N.E	100
San Pedro	41.2 29.9	19.5 12.1	25.4 11.0	4.8 2.8	8.0 3.5	1.6 5.6	N.E	100
SECTORES								
Av. Acoxpa	25.0 21.8	18.4 14.1	26.3 13.8	5.3 3.8	19.7 10.5	1.3 5.6	3.9 14.3	100
Av. Insurgentes	14.0 8.0	14.0 7.1	42.0 14.5	2.0 0.9	16.0 5.6	6.0 16.7	6.0 14.3	100
Calz. Tlalpan	1.0 1.1	25.4 13.1	13.7 4.8	3.9 1.9	52.9 18.9	1.0 5.6	1.0 4.8	100
San Fernando.	18.2 6.9	21.2 7.1	33.3 7.6	6.0 1.9	18.2 4.2	N.E	3.0 4.8	100
	100	100	100	100	100	100	100	

N.E No hay establecimiento

NOTA: La primera cifra corresponde al porcentaje en relación al renglón, que se refiere a la distribución de los grupos en un solo espacio específico, ya sea centro o sector. La segunda cifra corresponde al porcentaje en relación de la columna, que se refiere a la distribución del grupo en los diferentes centros y sectores.

FUENTE: Trabajo de campo y cálculos propios.

GRAFICA IV. 1 DISTRIBUCION DE LOS TIPOS DE COMERCIO



FUENTE: Tabla IV.7

Como se ha mencionado anteriormente la estructura espacial de la actividad comercial en la delegación de Tlalpan, se compone de tres elementos principales: los centros, sectores y comercio disperso, a continuación se explicará la situación de cada uno.

Para la definición del nivel de jerarquía, a cada centro o sector le fue asignado un nivel específico de acuerdo al porcentaje que presentaba en cada uno de los grupos de comercios anteriormente analizados.

1) Centros.- Los centros comerciales han presentado diferentes orígenes de formación, que influirá en la jerarquía de cada uno. En el caso de Tlalpan se habla de un origen de centros planificados, constituidos por los centros y plazas comerciales, y por otra parte aquellos centros que su origen se debe al diferente surgimiento de los comercios en aquellas zonas que se crean más convenientes como el cruce de avenidas importantes, o en lugares donde ya existía un comercio anterior.

De acuerdo a la jerarquía propuesta por Berry (1971), el nivel de CBD (Distrito central de negocios) correspondería al centro de la ciudad de México, donde se localizan las áreas comerciales más importantes, como se describe en el capítulo II del presente trabajo. A partir de éste en Tlalpan se presentan el resto de los niveles inferiores. (Véase mapa IV.4)

A) Centro regional.- Localizado en la zona de Villa Coapa, cubre las dos principales AGEBs de concentración de comercios (025-2 Galerías Coapa y 023-3 Pericoapa) en ellos se localizan los comercios de Galerías Coapa, (área denominada "centro comercial") Plaza Tenorios y Pericoapa. Por otra parte los resultados del trabajo de campo definió que las áreas identificadas como de concentración comercial en Villa Coapa se complementaban con otros AGEBs como el 024-8, 047-9, 048-2, donde se localizan Plaza Coapa y Coaplaza, así como tiendas de autoservicios y tiendas de departamentos; presentando de esta forma una continuidad de la actividad comercial en dicha zona, conformando de esta manera el centro regional, en este caso las diferentes áreas comerciales que constituyen este centro han sido planeadas, situación que influye en la jerarquía ya que el centro presenta el nivel más alto, al reportar en dichas áreas el porcentaje más alto de los grupo 6 y 7, que fueron considerados los de más alta jerarquía dentro de la zona. (véase gráfica IV.1 y tabla IV.7).

En este caso el grupo 1, que representa a los artículos básicos; en estas áreas reportan un porcentaje mucho menor que el resto de los grupos, ya que existe aproximadamente de 13 tiendas entre supermercados y de tiendas de departamentos, que dependen de un gran número de clientes, y forman parte del grupo 7.

Es importante mencionar que en este centro el grupo cuatro representa el porcentaje de participación más alto, lo que corresponde a la presencia de comercios dedicados a la venta de ropa, zapatos, artículos de piel y trajes, mercancías que se encuentran en venta tanto en el centro Galerías Coapa como el bazar Pericoapa y el resto de las plazas comerciales, que se dedica también a la venta de los mismos artículos pero con precios más accesibles a la población, de esta manera favorecen la comparación.

B) Centro local.- Dentro de este nivel fueron considerados a tres áreas 036-0 (Insurgentes - San Fernando), la 043-0 (Huilpulco) y el 102-a (La Joya), en dichos centros el porcentaje del grupo 6 y 7 no participan o su nivel de participación es mínimo.

El origen de los centros de comercio, antes mencionados, es en forma tradicional es decir surgen a partir del establecimiento de algún comercio que se ve favorecido por la accesibilidad con la que cuenta y posteriormente se van sumando el resto de comercios, abriendo accesorias para fines comerciales.

- El primer Centro (Insurgentes-San Fernando) se caracteriza por presentar un mayor porcentaje en el grupo 5 que es el nivel inmediato inferior después del centro regional, cubriendo el 37.1% del grupo, así como el 65% de los comercios localizados en el centro corresponden a dicho grupo; es importante mencionar que en esta área se encuentra el mercado de muebles, al cual acuden personas de todo el D.F., así mismo se encuentran comercios que abastecen a la población local, este centro es considerado como centro local, sin perder de vista que pueden servir a la población del Distrito Federal.

- El segundo centro corresponde a Huilpulco representa el porcentaje más alto en los grupos 4 y 3. En general dentro del centro se presenta una distribución de las actividades comerciales en los diferentes grupos, en el se localiza una tienda de autoservicio y una gasolinera, que corresponden al grupo 7, el resto de las actividades

se concentran en principalmente en el grupo 3 con el 35.7% y en seguida el grupo 1 con el 21.4% que corresponde al nivel más bajo, sin embargo, por su localización (el área se encuentra definida por las avenidas de Periférico, Calz. de Tlalpan, Av. México-Xochimilco y Av. Acueducto) se considera que puede ocupar el nivel de centro local, al presentarse una diversidad de tipos de comercio y mayor accesibilidad..

- La Joya.- Si bien es cierto esta área no reportan un gran número de establecimientos, sin embargo, existe una especialización hacia el comercio del grupo 3, representando el 17.2 % de este grupo, como resultado de que el 67% de los comercios del centro se concentran en dicho grupo, existiendo la repetición de algunos comercios como son la venta de pinturas, ferretería, refaccionarias, originando una competencia entre estos. Los grupos 2 y 4 ocupan el segundo lugar, donde influye una plaza comercial donde se localizan los comercios del grupo 4, lo cual hace que sea importante como área comercial, todo lo anterior como consecuencia de que en este AGEB se unen La av. Insurgentes, Calz. de Tlalpan y La Carretera Federal a Cuernavaca.

C) Centro vecinal.- Dentro de esta categoría se incluyó el centro de San Pedro Mártir, el cual presentó el porcentaje mayor del grupo 1, que corresponde a la venta de artículos básico, y representa el nivel más bajo de la jerarquía propuesta. En general esta zona se caracteriza por abastecer al Pueblo de San Pedro Mártir, ya que por su localización puede atender solo la demanda de las localidades ubicadas hacia el sur del mismo, ya que las zonas al norte acuden a otros lugares de la ciudad.

2) Sectores comerciales

Los sectores comerciales se refieren al establecimiento del comercio en las principales vías que estructuran a la delegación; caracterizadas por una mayor circulación de automóviles y población. Como se mencionó anteriormente, la definición de estos sectores fue principalmente con el trabajo de campo; identificando finalmente los siguientes sectores:

- Av. Acoxpa .- A partir de Calz. de Tlalpan hasta llegar al cruce con av. Canal de Miramontes, uniendo el centro de Villa Coapa con Huipulco.

-Av. Insurgentes.- Se consideró a partir de la unión de la Av. Insurgentes y San Fernando hasta la unión con la Carretera a Cuernavaca y Calz. de Tlalpan, este sector ponen en contacto a los centros de Insurgentes y La Joya.

-Calz. de Tlalpan. A partir de centro La Joya hasta llegar al centro de Huipulco.

- Av. San Fernando.- A partir de Insurgentes hasta llegar a Calz. de Tlalpan. En su primera sección y junto con la avenida Insurgentes forman una complementariedad con el centro de Insurgentes-San Fernando.

En general presentan una mayor concentración de los comercios en el grupo 3, con excepción del Calz. de Tlalpan que presenta mayor porcentaje en el grupo 5 y 2, el primero debido a la ubicación del mercado de Flores, y el segundo a la presencia de farmacias que se ubican en forma complementaria a la zona de hospitales. Dejando a los grupos de mayor jerarquía casi sin participación; sobresaliendo la av. Insurgentes en la cual se localiza un buen número de mueblerías y venta de automóviles. Mientras que Acoxpa presenta el 25% de venta de artículos básicos, esto debido principalmente a la cercanía con la unidad habitacional de Villa Coapa, localizándose comercios para abastecer a la población. Sin embargo en los dos últimos sectores reportan el mismo porcentaje de 14.3% en el grupo 7, incrementando su jerarquía, en comparación al resto de los sectores.

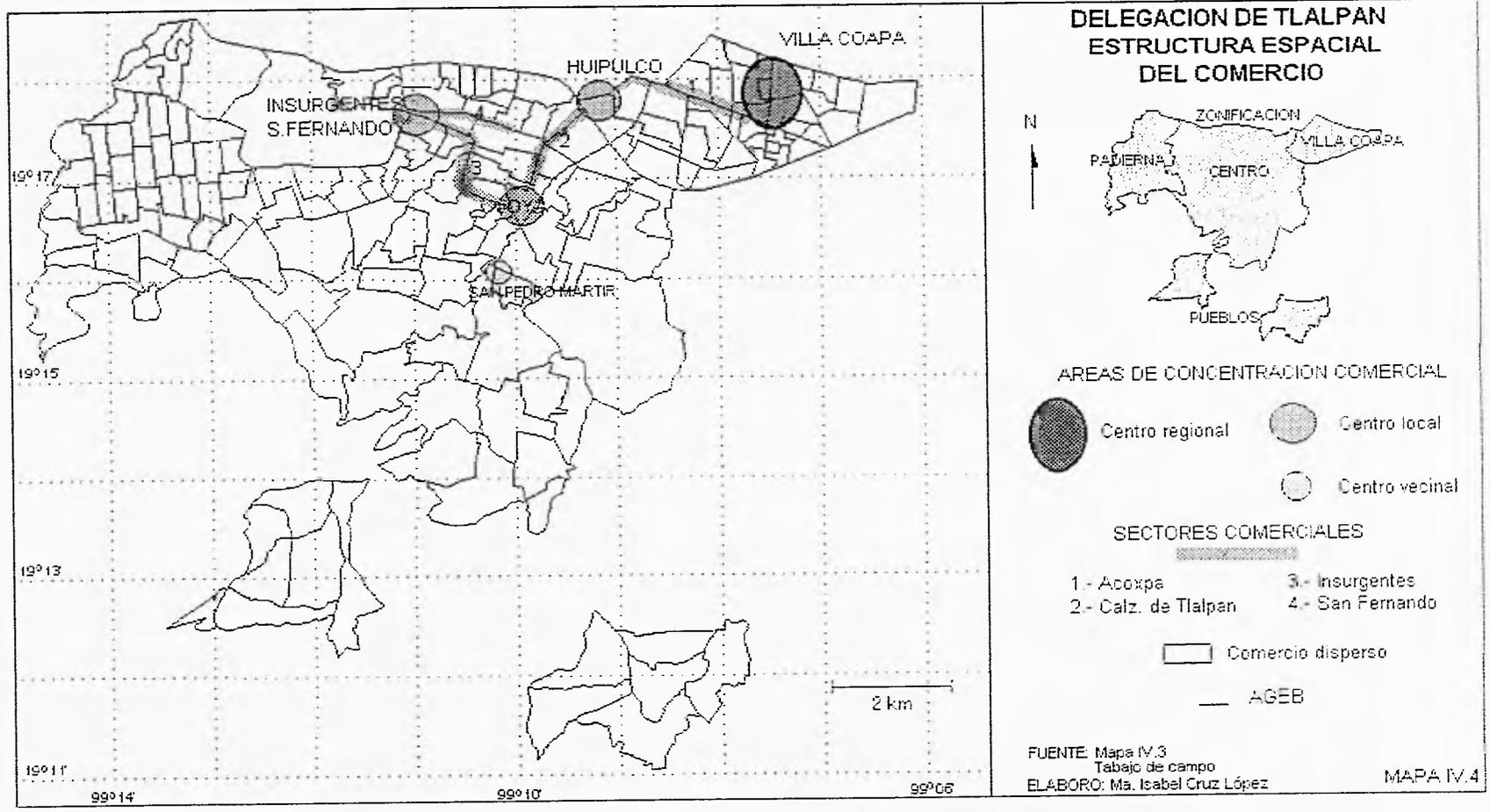
Estos sectores conforman una continuación de los centros comerciales identificados anteriormente, sirviendo como caminos de unión entre los diversos centros, constituyendo vías para la difusión de la actividad comercial, de tal manera que las áreas que presentan mayor actividad son aquellas que se encuentran más cercanas a los centros comerciales y al cruce de calles importantes, disminuyendo conforme se alejan de los centros que conectan.

Es importante mencionar que existen otros puntos en los cuales se localizan concentraciones de comercio que se espera que posteriormente pueden llegar a formar un centro o sector comercial, el caso más representativo, es sobre la carretera Picacho - Ajusco, que impulsado por el crecimiento poblacional en la zona de Padierna, se han establecido diversos comercios de diferentes tipos desde los más pequeños hasta los de mayor jerarquía, como puede ser la venta de motocicletas.

Finalmente se puede decir que dentro de la delegación se formaron y funcionan actualmente centros comerciales en tres niveles distintos: Regional en el cual se tiene mayor número de establecimientos y variedad de artículos, en donde se localizan las principales plazas comerciales, representando la mayor jerarquía; nivel local presenta una jerarquía menor al anterior y se llegan a localizar por lo menos una plaza comercial, y el vecinal conformado por diversos comercios en forma de tienda tradicional, los cuales se unen por medio de los sectores comerciales, como se puede ver en el mapa IV.4. Conformando estos elementos parte de la estructura urbana de la delegación e influirán en la definición de los usos del suelo, de esta manera la actividad comercial se concentra en la parte norte de la delegación, en respuesta a las actividades realizadas en la parte sur de la misma, al considerarse principalmente como zona de conservación ecológica, así por ser la zona norte la de mayor comunicación con el resto de la ciudad; dejando la parte sur con comercios aislados y en general caracterizados dentro del grupo uno y ser comercios pequeños.

Por otra parte las principales zonas comerciales se complementan con zonas de la delegación de Coyoacán como es el caso de Villa Coapa y Huipulco, conformando un continuo más allá de los límites políticos de las delegaciones.

3.- Comercio disperso. En toda la delegación existen diferentes comercios que se encuentran en forma individual, es decir sin estar integrados en un área comercial, estos establecimientos suelen ser catalogados dentro del pequeño y micro comercio, por lo general son de venta de productos de consumo básicos, o de los grupos 2 y 3, como pueden ser farmacias, papelerías, llapalerías, etcétera. Este tipo de establecimiento se presentan con mayor frecuencia en las zonas de Pueblos, Padierna y Centro.



**DELEGACION DE TLALPAN
ESTRUCTURA ESPACIAL
DEL COMERCIO**



AREAS DE CONCENTRACION COMERCIAL

- Centro regional
- Centro local
- Centro vecinal

SECTORES COMERCIALES

- 1 - Acoxpa
- 2 - Calz. de Tlalpan
- 3 - Insurgentes
- 4 - San Fernando

Comercio disperso

AGEB

FUENTE: Mapa IV.3
Trabajo de campo
ELABORO: Ma. Isabel Cruz López

MAPA IV.4

IV.2 TENDENCIAS DE CAMBIO DE USO DEL SUELO

2.1 Situación actual

Mediante el trabajo de campo, se evaluó la situación en la cual se encuentra el uso del suelo de las zonas que rodean a las áreas definidas de concentración comercial. De acuerdo a los resultados, se observaron dos situaciones distintas, dependiendo de la zona que se trate:

a) Zona de Villa Coapa.- En esta zona se encontró, que en general el uso del suelo era comercial, rodeado de un 95% de uso habitacional.

Las zonas habitacionales fueron diseñadas con áreas comerciales, existiendo de esta manera una complementariedad entre la demanda y oferta. Asimismo en las diferentes plazas se complementan con actividad de servicios, tales como: peluquería, renta de videos etcétera, con excepción de las plazas mayores como Plaza Coapa y Coaplaza, en las cuales existen comercios más grande y servicios mayores como bancos, casas de bolsa, comercios para comer como restaurantes y cafeterías.

En relación a la expansión del uso del suelo comercial, se ha caracterizado en presentar una expansión principalmente horizontal, con algunas excepciones como el centro comercial Galerías Coapa, el cual cuenta con tres niveles, esto se debe principalmente a las tiendas departamentales tales como Liverpool y Sears.

En la zona de Villa Coapa se puede decir que existió un cambio total del uso del suelo, al establecerse áreas perfectamente definidas para el uso comercial, por otra parte los mismos habitantes de la zona no permiten el surgimiento de comercios fuera de las áreas asignadas, generando de esta manera una concentración en las zonas comerciales ya existentes, ampliando o remodelando las áreas, o surgiendo nuevos comercios, pero siempre en la zona destinada para el uso comercial, constituyendo plazas comerciales; a partir de un comercio o a través de un establecimiento de comercios, este tipo de concentración es la unidad de agrupación de comercios de tendencia actual. La disposición de este tipo de agrupación y tipos de comercios, ha generado un consumo cada vez mayor de suelo, al generar la necesidad de espacios libres para estacionamiento de los automóviles, aparte del necesario para la construcción del establecimiento.

En aquellas áreas de Villa Coapa, que no se caracterizan por unidades habitacionales o fraccionamientos existe una diseminación de pequeños comercios, tendientes a localizarse cerca unos de otros, para la conformación de pequeñas áreas o sectores comerciales.

b) Zona de Centro.- Esta zona se caracteriza por presentar aproximadamente el 98% de uso habitacional , 1% de servicios y 1% de comercios.

En este caso los establecimientos comerciales trabajan en forma independiente, sin tener una agrupación organizada, surgiendo a partir de la apertura de locales, en área de uso habitacional o donde las áreas eran libres o verdes, que generalmente, en esta ultimas, se ubicaron los comercios más grandes tales como Superama, Bodega de Aurrera, o en ocasiones se trasforma en una unidad habitacional, con su áreas destinada al comercio, por ejemplo, la unidad habitacional ubicada en Periférico y Calz. de Tlalpan que cuenta con la Plaza Tlalpan.

La forma de disposición y agrupación del comercio se encuentra influida por la época en la cual se haya construido, por ejemplo, las tiendas de autoservicio independientes de otros comercios, surgen en la década de 1970, en la delegación de Tlalpan, mientras para las décadas de 1980 y 1990 las áreas se convierten en plazas o centros comerciales, que es una influencia del concepto norteamericano, donde se reúnen comercios y servicios, en un mismo espacio, originando las actuales plaza, como Urbina, San Fernando, Tlalpan, entre otras.

Por lo tanto se puede decir que en este caso existe un cambio total del uso del suelo y por otra parte una sucesión de la actividad sobre el uso habitacional, al existir una apertura de nuevos locales para dicho fin, sin dejar de conservar el uso habitacional, que en ocasiones la vivienda pasa al segundo piso, dejando de esta manera al comercio en la planta baja, llegando a constituir, como se menciona en la literatura, una distribución del uso de los pisos semejante a la distribución del uso del suelo del centro a la periferia.

La complementariedad de los diversos comercios, se presenta en menor medida que en Villa Coapa, pero responde a las necesidades locales, como papelería frente a las

escuelas o farmacias en la zona de hospitales, asimismo, con los servicios que se presentan en la zona comercial, existiendo variaciones en las diferentes áreas.

c) Zona de Padierna y de Pueblos, en estas áreas el comercio ha sido en forma tradicional conservando la tendencia de localización hacia las calles y avenidas principales, generando cambios de uso habitacional al comercial, al abrir accesorias para dicha actividad.

A continuación se mencionan algunos de los impactos producidos al uso del suelo en la delegación de Tlalpan.

a) Cambio de centro comercial principal de la delegación.- Así como influye la accesibilidad en la distribución del comercio, el desarrollo, origen y conformación de cada una de las zonas, determinó la forma de la localización y concentración del comercio, de tal manera que el centro de Tlalpan, que tradicionalmente era el área comercial, que se mantenía todavía en 1972, pierde importancia en cuanto a la jerarquía comercial, dando paso a la zona de Villa Coapa, al establecerse en esta última comercios de mayor jerarquía abasteciendo no solo a la población local, sino también a nivel regional, dejando al centro de Tlalpan como zona de importancia patrimonial.

b) Expansión del uso del suelo comercial.- El establecimiento y surgimiento de plazas comerciales influirá en una mayor expansión del uso del suelo comercial, proceso que ya se dio en la zona de Villa Coapa y que se está presentando en la zona Centro, en las que actualmente se construye una Plaza que abarca toda una manzana, como El Tianguis ubicado sobre la av. Insurgentes, de tal manera que se va a sustituir los comercios ubicados en forma individual por un solo mercado organizado, principalmente sobre los sectores comerciales.

c) Cambio de uso del suelo.- En el caso de Villa Coapa originalmente el uso era agropecuario que cambió aproximadamente en un 90% a uso habitacional y el 10% a comercios y servicios, los cuales se encuentran agrupados por igual, mientras en la zona de Tlalpan primero fue el establecimiento de uso habitacional y posteriormente se cambió a uso comercial, existiendo en primer instancia una sucesión del uso, para llegar posteriormente al cambio total, principalmente en las áreas de mayor importancia

comercial, sin embargo, en la actualidad se ha incrementado este proceso con el establecimientos de nuevos comercios.

d) Al caracterizarse el establecimiento de los comercios en agrupaciones ya sea en forma de plazas o centros comerciales, existe un mayor consumo de suelo, modificando el uso y destino del recurso suelo, cambiando el espacio construido de la delegación, elemento que forma parte de la estructura urbana.

Por otra parte, se observa que las zonas de mayor demanda, originada principalmente por el poder adquisitivo, coinciden con la localización de las principales áreas comerciales, la zona de Villa Coapa presenta demanda por parte de densidad de población y poder adquisitivo, de tal manera, que en esta zona existe una mayor intensidad del uso del suelo, al compartirlo uso habitacional y comercial.

Asimismo, se reporta una zona de mayor concentración comercial y poblacional en la zona centro, como consecuencia del desarrollo histórico de la delegación, al constituir éstas áreas de establecimiento poblacional anterior, de esta manera se registran en la zona Centro tres centros comerciales, aunque de menor jerarquía, en comparación a Villa Coapa. Es importante mencionar que en aquellas zonas, que se había reportado el mayor nivel socioeconómico no existe comercio, ya que esta población acude a otras áreas para su abastecimiento, como es el caso de la colonia Club de Golf.

Mientras en la zona de Padierna la cual presentó demanda pero por concentración de población, más que de poder adquisitivo, origina que el comercio presente una menor concentración y jerarquía, impulsado por dos razones: una por la comunicación con la Colonia Ampliación Miguel Hidalgo y la otra por la ubicación de servicios grandes como el Colegio de México, Universidad Pedagógica, Fondo de Cultura Económica y Reino Aventura, servicios se han localizado en dichos lugares por la disponibilidad de espacio, más que por cubrir necesidades de la población local.

2.2 Políticas actuales

En el desarrollo de este apartado se analizarán los objetivos y políticas propuestos por el Plan de desarrollo Urbano de Tlalpan, elemento que constituye la variable para ver cómo participa el estado en los proceso de consolidación del comercio y cambio de uso del suelo.

El fin del Plan parcial de Desarrollo urbano es "La utilización eficiente del territorio delegacional, involucrando las características propias y el papel funcional que el Plan de desarrollo urbano pretende en Tlalpan. Además, indican cómo han de darse las relaciones entre el uso del suelo y los componentes de desarrollo urbano"

A partir del anterior se derivan diferentes objetivos, marcados para cada aspecto del desarrollo urbano, a continuación se escriben los relacionados al uso del suelo.

Objetivo A.- Estructurar los usos y destinos del suelo para lograr que la zona de desarrollo urbano y zona de reserva sean autosuficientes.

Objetivo B.- Densificar el uso del suelo con mayor racionalidad y eficiencia y colaborar a detener la expansión persistente del área urbana del Distrito Federal.

Objetivo H.- Asegurar el equilibrio dinámico entre usos y destinos para satisfacer oportunamente la demanda progresiva de suelo que requieren los servicios.

Para el cumplimiento de los objetivos anteriores el Plan proponen la siguiente estructura urbana:

La estructura urbana para la delegación de Tlalpan, de acuerdo al plan de 1987, revisado en 1992 y publicado en el Diario Oficial, marca que la estructura urbana propuesta para la delegación se componen de los siguientes elementos:

- Centro urbano. Este centro forma parte de los 7 centros propuestos para el Distrito Federal; por su localización, el centro se ubica en dos delegaciones, siendo para Tlalpan el mayor porcentaje cubriendo 74.5 has. (sector sur), y para la delegación de Coyoacán solo 7.0 has. (sector Norte)

De acuerdo al Plan de 1987, en el centro urbano "se dará especial atención a la disponibilidad del suelo para el equipamiento comercial y administrativo, dada la creciente demanda que genera el acelerado proceso de urbanización" (D.D.F 1987)

- Subcentros Urbanos. En la delegación se definieron dos subcentros urbanos:

-Subcentro de Tlalpan.- Localizado entre las siguientes avenidas: Calz. México - Xochimilco, av. Viaducto Tlalpan y calle Arenal. Este subcentro abarca parte de dos AGEBS 097-7 y 069-5, que forman parte de las colonias de Arenal Tepepan y Guadalupe.

-Subcentro Perisur, este elemento lo comparte con la delegación de Coyoacán, abarcando una pequeña parte de Tlalpan, ubicada principalmente sobre el Periférico, frente al centro comercial de Perisur.

El objetivo de los subcentros urbanos es el siguiente:

"Los subcentros urbanos de la delegación coadyuvan con el centro urbano, por los servicios que presentan, de tipo medio y complementarios de primer rango. Habrá disponibilidad para el equipamiento comercial y de abasto" (D.D.F. 1982:32)

Es importante mencionar que en el Plan de 1982 se proponían tres subcentros, diferentes a los anteriormente definidos: a) subcentro Padierna sobre el camino que lleva al Ajusco. b) Cerca del cruce de las carreteras que llevan a Cuernavaca, c) Intersección de Calzada de Tlalpan y Periférico, al norte de la delegación.

•Centro de barrios. El programa de centros de barrio al irse instrumentando y llevando a cabo, colaborarán con los subcentros urbanos, para satisfacer la demanda de servicios cotidianos. Reunirá establecimientos cotidianos como el mercado, centro de salud. (D.D.F 1982:39)

Las propuestas elaboradas por los planes de desarrollo urbano, han influido en la localización y concentración de la actividad comercial en la delegación, presentando de esta manera la concentración de mayor número de establecimientos; el caso concreto es en el centro urbano el cual resultó ser la principal zona comercial, destinando áreas para uso comercial en forma de plazas comerciales.

Sin embargo en relación a los subcentros urbanos en general no coinciden específicamente con los actuales, correspondiendo mejor con los tres subcentros propuestos en el plan de 1982.

Lo anterior hace concluir que por una parte del gobierno participa al tratar de impulsar zonas para el establecimiento de comercio en este caso la Zona de Villa Coapa, donde se han definido las áreas específicas para dicho uso, fomentando el surgimiento de plazas comerciales. Mientras para la zona de Tlalpan es diferente, ya que cambian la localización de los subcentros urbanos, dejando al subcentro Tlalpan, en una área que efectivamente puede contar con espacio para el establecimiento de servicios y comercios, pero que la accesibilidad a él es mínima, ya que cuenta con 2 vías: Periférico y Viaducto Tlalpan, que en este caso son consideradas como vías rápidas, esto influyó para que el comercio de mayor importancia fuera trasladado a la zona de Villa Coapa (Pericoapa), dejando el espacio vacío. Mientras que el comercio continúa creciendo en aquellos centros como La Joya y el Cruce de Calz. de Tlalpan y Periférico.

Dentro del Plan de desarrollo urbano del Distrito Federal, califican a Tlalpan como delegación periférica, por ello una de las políticas más fuertes es la densificación de la zona urbana, con el objeto de detener el crecimiento hacia la zona de reserva ecológica, de esta manera en las zonas destinadas para el comercio, existe una mayor presión, compitiendo el uso comercial con el habitacional y los servicios.

Por otra parte con la apertura del Tratado de Libre Comercio, se favoreció la entrada de capital extranjero, hacia el comercio organizado, introduciendo tiendas exclusivas de artículos de importación y aumentando estos en otras tiendas ya establecidas.

Lo anterior se ve favorecido con los objetivos del tratado (SECOFI. 1993) Aumentar substancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes, promover las condiciones de competencia y aumentar la inversión en los territorios. Marcando las bases para favorecer la entrada de Capital extranjero, caso particular Estados Unidos y Canadá, quienes son los países que junto con México conforman el Tratado de Libre comercio. Estos objetivos se han visto cumplidos en el caso de Tlalpan, al encontrarse con diversos comercios de capital extranjero. por ejemplo en el centro comercial Galerías Coapa, donde del total de comercios el 80 % aproximadamente presentan nombres extranjeros marcando una influencia de este tratado. Compitiendo no solo desde el punto de vista de comercio y espacio.

Esta política marca el inicio de una nueva etapa en la historia del comercio en México, que influye directamente en la estructura urbana de la ciudad en las cuales son de mayor recepción de los nuevos comercios.

V. CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de los diferentes capítulos del presente trabajo, derivan conclusiones, que nos pueden ayudar a explicar el proceso de expansión de la actividad comercial hacia la periferia urbana. A continuación se presentan las conclusiones del presente trabajo.

1.- Los modelos que pueden ser más acertados para la explicación del crecimiento de la Ciudad de México son: el planteamiento de Ward que propone en una primera fase la migración de provincia- centro - periferia y en una segunda fase la migración provincia- anillo intermedio - periferia, y se complementa con la teoría de polinúcleos, para el proceso de metropolización, ya que en las dos primeras fases de ésta última se contempla el crecimiento de la ciudad original.

Por otra parte las diferentes teorías ubican al comercio en una zona de determinada, marcando como principal área comercial al centro de la ciudad, el cual es denominado CBD (Distrito Central de Negocios) a partir de este, la expansión de la actividad comercial será hacia el exterior extendiéndose por medio de las principales avenidas que estructuran a la ciudad. El comercio saldrá del centro para tratar de satisfacer la demanda establecida fuera de la principal zona comercial, que es generada por el mismo crecimiento de la ciudad.

Este proceso de crecimiento de la actividad comercial trae consigo modificaciones a los modelos basados en la teoría de círculos concéntricos, en este punto se rescata el elemento de dirección propuesto por Hoyt, sin embargo para el caso de la Ciudad de México el crecimiento de los diferentes centros de población que se ha integraron a la zona metropolitana, y el crecimiento de los sectores comerciales han influido en la conformación de la estructura espacial del comercio, existiendo una diferenciación en cuanto a la expresión espacial del crecimiento de la población y la expansión de la actividad comercial.

2.- En el caso de la Ciudad de México, el proceso de expansión, se ha caracterizado por la definición de cuatro etapas (de acuerdo a los diferentes autores consultados), diferenciando el periodo de integración de las entidades, que actualmente conforman la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, de tal manera que se puede identificar las siguientes zonas o contornos de crecimiento: Ciudad Central, Primer contorno de

crecimiento o anillo interior, Segundo contorno de crecimiento o anillo intermedio, Tercer contorno de crecimiento o anillo exterior.

La Delegación de Tlalpan localizada en el extremo sur del Distrito Federal, colindando con los Estados de Morelos y México, queda incorporada a la Ciudad de México, durante el tercer anillo de crecimiento, formando parte de ésta, al favorecer el crecimiento de las vías de comunicación y transporte.

3.- Uno de los elementos para el establecimiento del comercio, es el crecimiento de la población. Actualmente la actividad comercial en la Ciudad de México se encuentra en un proceso de expansión, porque, si bien es cierto, que las delegaciones que conforman la ciudad central, en específico la delegación de Cuauhtémoc, presentan la mayor concentración de los establecimientos comerciales, la delegación de Tlalpan (considerada como periférica) y los municipios del Estado de México, presentaron los mayores porcentajes de crecimiento, principalmente durante el último periodo 1986-1994, marcando que la población es el primer elemento de la ciudad que se expande, saliendo de la ciudad central, hacia las zonas periféricas, y posteriormente la actividad comercial, con el objeto de satisfacer la demanda que surge en dichas zonas de poblamiento.

4.-De acuerdo a la distribución de las áreas comerciales en la Ciudad de México, la estructura espacial del comercio, se caracteriza por presentar los siguientes elementos:

a) Un CBD, (Distrito central de negocios) localizado en la zona denominada "Centro de la Ciudad de México" en las delegaciones de Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Venustiano Carranza y Benito Juárez.

b) Areas de concentración comercial definidas por las diferentes formas de agrupación, siendo las siguientes:

- Zona comercial que tienen su origen en forma histórica.
- Centro comercial planificado.
- Supermercados o tiendas departamentales
- Comercio moderno de capital extranjero.

c) Central de abastos, conformando la principal zona de abasto al mayoreo en la ciudad de México.

d) Sectores comerciales localizados a lo largo de las principales vías de circulación de la Ciudad de México, uniéndose principalmente en el "Centro"

e) Comercio aislado, distribuido en toda la ciudad.

5.- La delegación de Tlalpan es catalogada como una zona periférica, y es la entidad, que a nivel Distrito Federal, registró el mayor porcentaje de crecimiento de los establecimientos comerciales, lo cual confirma el proceso de expansión del comercio hacia áreas de reciente integración a la ciudad. Situación que marcó a la delegación como ejemplo para el análisis de la situación del comercio.

6.- En la delegación de Tlalpan se determinó que la distribución de la demanda influye directamente en la localización de los diferentes comercios, principalmente en la definición de la jerarquía de las áreas de concentración comercial, proceso que participa en la conformación de la estructura espacial del comercio, que es semejante a la estructura de la Ciudad de México, presentando una unión al gran sistema de la ciudad mediante el centro urbano, Culhuacán, (el cual se localiza en dos delegaciones en Coyoacán y Tlalpan) que hacia el interior de la delegación de Tlalpan es el centro comercial de nivel regional, localizado en la zona de Villa Coapa, conformando en este centro una zona de comercios, caracterizada por la agrupación de los establecimientos en plazas comerciales, influyendo en esta expresión espacial, el origen de poblamiento de la zona de Villa Coapa, ya que surge como zona de mayor proliferación de unidades habitacionales y fraccionamientos, marcando un nivel mayor de demanda de comercio.

A partir del centro regional, existen otros centros de niveles o jerarquías inferiores tales como: a nivel local en la unión de la Av. Insurgentes y Av. San Fernando, en Huiapulco, y en La Joya, y de nivel vecinal en San Pedro Mártir. Una de las principales diferencias de los centros de nivel más bajo, con el de Villa Coapa, fue el origen de su formación, es decir, los primeros se formaron a partir de la localización de diversos establecimientos, en diferentes épocas, siendo estas áreas de tradición comercial, ya que en 1972 eran zonas de importancia comercial, mientras que en Villa Coapa el establecimiento del comercio fue en forma planeada, considerando que en la zona se formarían plazas y centros comerciales. Dicho origen provocó que se establecieran diferentes tipos de comercios originando la diferenciación de la jerarquía.

Por otra parte, los centros comerciales se encuentran comunicados entre ellos por medio de los sectores comerciales, conformados en las principales avenidas que estructura a la delegación, como es el caso de Av. Insurgentes, Av. San Fernando, Calz. de Tlalpan, y Av. Acoxta. De esta forma en la delegación se encuentra la siguiente estructura:

a) Areas de Concentración comercial

-Un centro regional conformado por las plazas comerciales de Villa Coapa, cuyo origen se debe principalmente a proyectos específicos.

-Centros locales a) Insurgentes y San Fernando b) Huipulco c) La Joya

-Centros Vecinal San Pedro Mártir.

b) Sectores comerciales, su principal función es la de comunicar los diferentes centros comerciales, desarrollándose el comercio en las principales avenidas.

c) Comercio aislado, localizado en toda la delegación.

7.- La estructura espacial y la jerarquía, que presenta la actividad comercial en la delegación, trajo consigo modificaciones al espacio urbano, que a continuación se mencionan:

-Como primer elemento de variación fue el cambio del principal centro comercial de la delegación, ya que en 1972 el área denominada "Centro de Tlalpan" era la zona de mayor importancia comercial, y para 1995, el centro de mayor jerarquía es Villa Coapa. Cambiando la localización del comercio.

- Aparición de nuevos centros, o cambios de nivel de jerarquía de los ya existentes, como es el caso de los pueblos de Ajusco y Topilejo, que para el año 1972 representaban áreas de concentración comercial y para 1994, su nivel es bajo.

Actualmente la modalidad para el establecimiento de nuevos comercios, es mediante una agrupación en un mismo espacio, al cual se le denomina plaza o centro comercial, dicho proceso ya se presentó en la zona de Villa Coapa y actualmente se presenta en las zonas Centro y Padierna. Este proceso es en respuesta a la apertura comercial que se ha dado en México.

Los diferentes formas de establecimiento que se presentó han traído diferentes formas de impacto en el espacio, por que el establecimiento de la plazas comerciales originan una mayor consumo de espacio para su establecimiento, al necesitar mayor cantidad para el estacionamiento. De esta manera se determina que en la zona de Villa Coapa, existe un cambio total de uso del suelo, mientras en Tlalpan se da un proceso de sucesión para después llegar al cambio total. Marcando una fuerte competencia por el espacio, para los diferentes usos que pueden desarrollarse en las zonas definidas como de comercio. Así como por las áreas de mayor accesibilidad como es el caso de la zona de Villa Coapa,

El establecimiento de comercios genera una mayor movilidad y dinámica de aquellas áreas en las cuales se concentra, atrayendo actividades complementaria o compatibles, como son los servicios, generándose espacios con dichas actividades. Proceso que provoca mayor actividad durante la horas de trabajo y una mayor intensidad en el uso del suelo.

8.- La forma de establecimiento actual del comercio, se encuentra influido por la participación del Gobierno, en el presente trabajo se determinaron dos maneras de participación:

- Apoyo al establecimiento de los Planes de Desarrollo Urbano, favoreciendo la concentración de comercios y servicios en algunos puntos específicos, en los cuales ya existe comercio, denominándose centros urbanos. Estas zonas son elegidas tanto a nivel Distrito Federal y de delegación, como es el caso del centro urbano Culhuacán, que la parte correspondiente a la delegación de Tlalpan, forma la zona comercial de mayor jerarquía, de la delegación, ubicado en Villa Coapa.

- El gobierno favorece la entrada de capitales quienes son los principales actores en la participación de la nueva modalidad del establecimiento del comercio, al construir plazas y centros comerciales.

Por otra parte la apertura de México hacia el exterior, con la entrada al Tratado de Libre Comercio, hace que se reciban diversas compañías extranjeras, estableciéndose en grandes áreas con venta de productos de importación, en la delegación de Tlalpan se encuentra representado por las tiendas de Price Club y Place Market.

9.- Con la nueva tendencia de localización del comercio, apertura a capitales extranjeros y fomento de la expansión de grandes capitales, se genera una competencia desigual entre pequeños y los grandes comercios, porque al existir mayores requerimientos para competir con las grandes tiendas y para el establecimiento de nuevos comercios en locales ubicados en plaza y centros comerciales, representa mayor inversión para el sostenimiento de una empresa; quienes pueden cubrirlo son aquellas empresas que cuentan con la disponibilidad de capital para solventarlos. De esta manera el pequeño comercio es desplazado hacia zonas de menor demanda. Sustituyéndolos comercios de mayores magnitudes como son las tiendas de autoservicio.

Finalmente se puede decir que cada una de las conclusiones anteriores conforman una sola: En la ciudad de México el comercio se encuentra en continua expansión, siguiendo a la población, consolidando áreas comerciales, así como expandiéndose y conformando nuevas zonas comerciales. Actualmente el proceso es por medio del establecimiento de plazas y centros planificados por diferentes empresas, en las cuales participan grandes capitales para la inversión. Esta consolidación de las zonas comerciales favorecen el mayor establecimiento de la población en la periferia urbana, ya que cada vez tienen mayor acceso a su abastecimiento de todo tipo de mercancías y de todas las jerarquías desde la más baja como son los productos básicos, hasta la más alta como Joyerías, automóviles.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, A.G. (1993) "La ciudad de México y las nuevas dimensiones de la restructuración Metropolitana", en Espacio Urbano cambio social y Geografía aplicada (comp.Luis Felipe Cabrales Barajas). Universidad de Guadalajara, México. pp. 25-51
- Aguilar, A.G. (1987) "Planeación urbana en la ciudad de México, 1928-1984. Trayectoria de un proceso limitado" en Vivienda, Vol. 12, Núm.1, México, enero/junio, pp34-39.
- Bailly, Antaine S (1978) La organización urbana, teorías y modelos Instituto de estudios de administración local, Madrid.
- Bataillon, (1973) La Ciudad de México SEPSETENTAS. México.
- Barajas, Francisco, Velázquez Enrique, Elena Arriola, David Escalona ((1986) "Plan Tlalpan" Tesis de licenciatura, Facultad de Arquitectura, UNAM, México.
- Beavon, Keittls. O (1981) Geografía de las actividades terciarias Oikus-Tau, S.A Barcelona.
- Berry, Brian J.L (1971) Geografía de los centros de mercado y distribución al por menor tr. R. Morales y L. Rodríguez. Vicens-Vives, España.
- Bertrand, Michel (1981) La ciudad cotidiana tr. Huan Viotue, Instituto de estudios de administración local, Madrid.
- Butler, Joseph (1986) Geografía Económica Limusa, México.
- Carter, H (1981) El estudio de la Geografía urbana Instituto de estudios de administración local, Madrid.
- Castell, Manuel (1983) La cuestión urbana Siglo XXI, México, 9o ed.

- Cámara Nacional del Comercio de la Ciudad de México (1994) México compendio de datos y estadísticas 1994 México.
- Castillo Méndez, Laura Elena (1973) Historia del comercio en la Ciudad de México D.D.F Colección popular, cd. de México
- Cervantes S. Enrique (1990) "La zona metropolitana de la Ciudad de México" en Cuadernos de urbanismo. Núm. 1, 1er. semestre, Facultad de Arquitectura, UNAM. México.
- Cortés, Hernán (1983) Cartas de Relación. 13o.ed. Colección Sepan Cuantos. Porrúa, México.
- Corral y Beker, Carlos (1991) " Sistemas de centros metropolitanos de la Ciudad de México" en Cuadernos de urbanismo. Núm. 2, 2do. semestre, Facultad de Arquitectura, UNAM, México.
- Chaline, Claude (1981) La dinámica urbana tr. Juan Viouqe Lozano. Instituto de Administración Local. Colección Nuevo Urbanismo. Madrid.
- Chias Becerril, Luis (1979) "Análisis geoeconómico del comercio en México" en Serie Varía. T.1 Núm. 5 Instituto de Geografía UNAM. México.
- Delegación de Tlalpan (1982) Sobre la Tierra. Tlalpan a través del tiempo Delegación de Tlalpan, México. D.F.
- Delgado, Javier (1988) "El patrón de ocupación territorial de la ciudad de México al año 2000" (coord. Oscar Terrazas y Eduardo Preciat) en Estructura territorial de la Ciudad de México. Plaza y Valdés editores, México. pp. 101-141
- Delgado, Javier (1990) "De los anillos a la segregación. La Ciudad de México 1950-1987" en Estudios demográficos y urbanos. Vol. 5 Núm. 2 Mayo-Agosto 1990. Colegio de México. pp.237-273

- Delgado, Javier (1991) "La ciudad en transición" en Cambios territoriales en México Exploraciones recientes (comp. Javier Delgado y Diana R. Villarreal). Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México. pp.217-229
- Departamento del Distrito Federal (1983) Anuario de vialidad y transporte del Distrito Federal 1983 D.D.F. México.
- _____ (1987) Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal 1987-1988, D.D.F , México.
- _____ (1982) Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la delegación de Tlalpan, D.D.F, México.
- _____ (1987) Programa Parcial de Desarrollo Urbano, Delegación de Tlalpan Plano de uso del suelo. D.D.F , México
- _____ (1990) Programa Parcial de desarrollo urbano Delegación de Tlalpan versión 1987 en Gaceta Oficial del departamento del Distrito Federal. Publicada el 7 de mayo de 1990.
- Flores, R. (1959) "El crecimiento de la ciudad de México: Causas y efectos económicos" en Investigación económica, Facultad de Economía Vol. 19, Núm 74, México. pp. 247-281.
- García Coll, Julio (1993) " Estructura urbana" en Cuadernos de Urbanismo, Ordenamiento territorial Núm. 3 1o semestre, División de estudios de postgrado de la Facultad de Arquitectura. UNAM
- Garza, Gustavo (1992) "El carácter metropolitano de la urbanización en la Ciudad de México 1900 - 1988" en (comp. Angel Bassols Batalla, Javier Delgadillo y Felipe Torres) El desarrollo regional en México: teoría y práctica. Instituto de investigaciones económicas. UNAM. México. pp 177-197
- Gasca Zamora, José (1995) Estructura espacial del abasto alimentario. El caso de la Ciudad de México. Tesis de Maestría. Colegio de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. México.

- Goodall, Brian (1977) La economía de las zonas urbanas tr. Joaquín Hernández Oropeza, Instituto de estudios de administración local, Madrid.
- Graizbord, Boris y Héctor Salazar (1988) "Expansión física de la Ciudad de México" en Atlas de la Ciudad de México. Colegio de México, D.D.F, Plaza y Valdés editores. México. pp. 120-125.
- Griffin, Ernest y Larry Ford (1980) "A model of Latin American city structure" en Geographical Review, Vol.70, pp. 397 -422.
- Gutiérrez de McGregor, M.T et al. (1989) "Crecimiento espacial de las principales ciudades", III.3.5. Atlas Nacional de México, Vol. I. Instituto de Geografía. UNAM. México.
- Hagget, P. (1976) Análisis locacional en la geografía humana Editorial Gustavo Gili, S.A. , Barcelona, España.
- Haydoy, Jorge E. (1972) Las ciudades en América Latina Paidós, Argentina.
- Hernández, Hernán. (1992) "Redistribución Geográfica de Tlalpan" en Noti Tlalpan año 3 Núm 201. del 3 al 10 de abril 1992. pp. 3
- Hernández S. Cecilia (1972) "Distribución de la Industria, Comercio y Servicios en la Delegación de Tlalpan" Tesis de licenciatura, Colegio de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Hiernaux, Daniel (1989) "La Planeación de la Ciudad de México: Logros y contradicciones" en (comp. Gustavo Garza) Una década de planeación urbano-regional en México, 1978-1988. Colegio de México, México. pp. 235-254
- Icazuriaga, Carmen (1992) La metropolización de la ciudad de México a través de la instalación industrial Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social. México. Ediciones Casa Chata.

Instituto de Geografía (1990) "Crecimiento espacial de la principales ciudades" en Atlas de México, Instituto de Geografía UNAM. México

INEGI (1976) VII Censo comercial. INEGI. México.

_____ (1986) IX Censo comercial y de servicios Resultados definitivos del Distrito Federal INEGI. México.

_____ (1986) IX Censo comercial y de servicios Resultados definitivos del Estado de México INEGI. México.

_____ (1989) X Censo comercial y de servicios Resultados definitivos del Distrito Federal INEGI. México.

_____ (1989) X Censo comercial y de servicios Resultados definitivos del Estado de México INEGI. México.

_____ (1989) Cuaderno de Información para la planeación de las 16 delegaciones. INEGI. México.

_____ (1989) Tlalpan cuaderno de información básica delegacional INEGI, México.

_____ (1990) Codice 90 Censo de población y vivienda 1990 INEGI. México

_____ (1992) Carta topográfica, escala 1:50 000, hoja E14A39, tercera impresión

_____ (1994) Censos económicos 1994, resultados oportunos, Tabuladores básicos INEGI. México

_____ (1994) Clasificación mexicana de actividades y productos (CMAP) censos económicos 1994 INEGI, México.

_____ (1995) Censos Económicos 1994, Resultados oportunos INEGI. México.

Instituto Panamericano de Geografía e Historia (1988) Manual de métodos geográficos para el análisis urbano Instituto Panamericano de Geografía e Historia. Chile.

- Iracheta Cenecorta, Alfonso X. (1989) " Diez años de planeación del suelo en la zona metropolitana de la Ciudad de México" en (comp. Gustavo Garza) Una década de planeación urbano-regional en México, 1978-1988 Colegio de México, México. pp.255-284
- Johnson, James (1987) Geografía urbana 3ed. Oikos - Tau, España.
- Kunz, Ignacio (1984) La estructura urbana en México. El caso de Aguas Calientes. Tesis de licenciatura, Colegio de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Larry S. Bourne (1982) Internal Structure of the City. 2da. ed. University of Toronto, Oxford University press.
- Lascano, Enrique (1987) Política económica en México 2ed. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas A.C., México D.F.
- Lombardo, Sonia (1988) "La Ciudad de México a mediados del siglo XVII" en Atlas de la Ciudad de México Colegio de México, D.D.F, Plaza y Valdés editores. México. pp. 57-59.
- Negrete, María Eugenia, Boris Graizbord, Crecencio Ruíz. (1993) Población, espacio y medio ambiente en la zona metropolitana de la Ciudad de México Colegio de México, México.
- Northam, Ray M. (1975) Urban geography John Wiley and Sons Inc. United States of America.
- Parry, Lewis (1983) Economía urbana tr. Eduardo L. Suárez. Fondo de cultura económica, México.
- Partida Bush, V. (1988) "El proceso de migración de la Ciudad de México" en Atlas de la Ciudad de México Colegio de México, D.D.F, Plaza y Valdés editores. México. pp.134-138.

- Poder Ejecutivo Federal (1988) Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 Secretaría de Programación y Presupuesto, México.
- Quintana Echogoyen (1992) Los espacios del comercio edit. Limusa-CANACO de la Ciudad de México. México
- Rivera Cambas, Manuel (1967) México Pintoresco artístico y Monumental México.
- Rodríguez, Fernando (1994) Monografía de Tlalpan D.D.F Delegación de Tlalpan, Centro de Investigaciones Históricas de Tlalpan. México.
- SECOFI (1993) Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Texto Oficial SECOFI, Grupo editorial Miguel Porrúa. México.
- Secretaria de Industria y Comercio (1971) VI Censo comercial, Secretaria de Industria y Comercio
- SPP (1988) Planeación democrática Cuadernos de renovación nacional. Fondo de Cultura Económica. México.
- Terrazas Revilla, Oscar (1988) "De la ciudad central a la ciudad interior" en (coord. Oscar Terrazas y Eduardo Preciat) Estructura territorial de la Ciudad de México. Plaza y Valdés editores, México .pp. 79-100
- Unikel, Luis (1966) " La urbanización y la zona metropolitana de la ciudad de México" en Comercio Exterior, Tomo XVI, Núm. 11, noviembre. México Banco de Comercio Exterior.
- Unikel, Luis (1974) "La dinámica de crecimiento de la ciudad de México" en Calnek, E. et al. Ensayos sobre Desarrollo Urbano en México. SEPSETENTAS. 143. México.
- Unikel, Luis (1978) El desarrollo Urbano de México. 2ed. Colegio de México. México.

Ward, Peter (1985) La crisis del sistema de vivienda popular y su manifestación en patrones de migración intraurbana" en La vivienda popular en la ciudad de México, Instituto de Geografía. UNAM.

Wener Z. Hirsh (1977) Análisis de economía urbana. Colección Nuevo urbanismo. Instituto de estudios de administración local. Madrid.

Wilk, David (1989) "Planeación del uso del suelo y medio ambiente en la Ciudad de México" en (comp. Gustavo Garza) Una década de planeación urbano-regional en México, 1978-1988 Colegio de México, México. pp. 329-348

WILSA (1992) Compendio Estadístico, Mercadotécnico de la Ciudad de México Wilbert Sierra y Asociados S.A. México.



FACULTAD DE CIENCIAS Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFIA