



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
(SUA) GEOGRAFÍA



U. N. A. M.
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
Jefatura de la División del
Sistema Universidad Abierta

“LAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO”: (El caso de Aurrerá). Un estudio analítico sobre su influencia en el desarrollo y transformación espacial de la Ciudad de México, especialmente de las Colonias Federal y Jardín Balbuena (Delegación Venustiano Carranza).

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GEOGRAFÍA

PRESENTA
URVANO RIOS ABILA

ASESOR: DRA. LILIANA LÓPEZ LEVI





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A Dios gracias

A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Filosofía y Letras

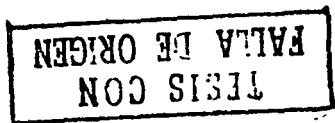
Con un gran Cariño a mis Padres Alejandro y Minerva, a mis abuelos y a mis hermanos, Consuelo, David, Josefa, Jesús y Cecilia por su apoyo moral, económico y sobretodo por aguantar mis noches de desvelo y apoyarme para llegar a este momento importante de mi vida. Gracias por todo.

A mis amigos de Generación de la Carrera de Geografía, gracias por su apoyo.

A mis amigos de la empresa Wal Mart, por su amistad y apoyo para terminar este trabajo; y en especial a los directores de esta empresa por su colaboración.

Y un agradecimiento especial a la Profesora Carmen Samano y los profesores Silvana, Liliana López Levi, José Gazca, Hilario Maya, Armando García de León y Patricia Olivera por sus conocimientos y apoyo para terminar mi carrera.

Gracias a Todos.



INDICE

	pagina
INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
1.1.- Las Ciudades: Espacios en movimiento.....	5
1.2.- Historia y desarrollo de las ciudades en el mundo.....	9
1.3.- Historia y desarrollo de las ciudades en México	22
CAPITULO II	
2.1.- El Comercio en la Ciudad de México.....	27
2.2.- Clasificación y Análisis del Comercio en México.....	34
2.2.1.- Tianguis y Mercados.	34
2.2.2.- Tiendas Departamentales.....	36
2.2.3.- Centros Comerciales.....	39
2.3.- Los Supermercados en México.....	43
2.3.1.- Tiendas de Conveniencia.....	47
CAPITULO III	
3.1.- Historia de Aurrerá.....	51
3.2.- El Grupo Cifra-Wal-Mart.....	65
3.3.- La organización del grupo Cifra-Wal-Mart y su distribución en el territorio nacional.....	70
3.3.1.- Bodega Aurrerá.....	70
3.3.2.- Suburbia.....	70

3.3.3.- Superama.....	70
3.3.4.- Vips.....	71
3.3.5.- Sam's Club.....	71
3.3.6.- Los Centros de Distribución.....	72

CAPITULO IV

4.1.- Consideraciones generales sobre el desarrollo histórico de la Delegación Venustiano Carranza.....	77
4.2.- La Colonia Federal.....	85
4.3.- Colonia Jardín Balbuena.....	92
CONCLUSIONES.....	97
BIBLIOGRAFIA.....	102

INTRODUCCIÓN

A través del tiempo el Valle de México y en especial el Distrito Federal ha experimentado grandes cambios, tanto en el uso de suelo, como en la estructura urbana. La década de los años cincuenta, marcó la entrada de estos cambios impulsados principalmente por procesos de expansión acelerada, derivados de la industrialización, el comercio y otros factores tanto políticos como sociales.

El argumento principal de los planteamientos que se manejan, es que el desarrollo de grandes comercios, como centros comerciales, tiendas de autoservicio, hipermercados, etc., son negocios que generan cambios en el uso de suelo, crecimiento de población y empleos, factores que tienen influencia en los valores de la sociedad y la organización del espacio urbano.

Los centros comerciales y las tiendas de autoservicio nacen como parte de este proceso de expansión y reproducción de actividades comerciales y de servicio. Aunque hay que reconocer que la industria fue un eje principal sobre el cual gravitaron, en un principio, los grandes cambios en las ciudades, el hecho de poder privilegiar al comercio como un elemento que puede transformar espacios nos permitirá conocer de manera más clara cuál fue el papel que ha jugado esta actividad en el proceso de conformación de lo que hoy es la Ciudad de México principalmente.

Por ello el estudio en cuestión se propone conocer la forma en que las ciudades principalmente las de México y el Distrito Federal en especial se transformaron a raíz de la llegada de la industria y como con el tiempo pasaron a transformarse debido la actividad comercial. También se pretende conocer la influencia de las tiendas de autoservicio en el desarrollo y transformación de espacios, partiendo del caso específico de la empresa Aurrerá, en el cual analizaremos su influencia en el desarrollo y transformación espacial de las colonias Federal y Jardín Balbuena, por ser estos proyectos comerciales relativamente recientes y formar

parte de los grandes cambios que se han dado en esta urbe y especialmente en la Delegación Venustiano Carranza.

Aunado a lo anterior, pretendemos conocer las características propias del uso de suelo de las colonias citadas anteriormente y el comportamiento de la población a raíz del nacimiento de estas tiendas.

Bajo esta perspectiva se puede partir del supuesto de que las colonias Federal y Jardín Balbuena se desarrollaron y transformaron desde la llegada de las tiendas Aurrerá Aeropuerto y Aurrerá Balbuena respectivamente.

En este sentido considero necesario y valioso las aportaciones de Quintana E. Carlos (1992, p.158) quién ha realizado un estudio sobre los diferentes espacios comerciales y que entre otras cosas plantea que los supermercados están considerados como parte de nuevos emplazamientos urbanos.

De igual forma este trabajo recoge la propuesta metodológica de López L. Liliana (1999, p. 80) quién ha abordado los parámetros en torno al concepto de Centro Comercial y el cual considera a la plaza o Centro Comercial como un concepto muy exitoso de uso de suelo, de desarrollo urbano, de bienes raíces y de comercio al menudeo en el siglo veinte. Más adelante veremos si este planteamiento tiene la misma vigencia para este siglo que recién empieza.

Por todo esto, la elección como tema de estudio "las tiendas de autoservicio y en especial y en especial el caso de Aurrerá", tiene su primera justificación, en la escasez de trabajos que se han realizado sobre este tema y sobretodo que no se han dado de una manera constante y precisa; y los pocos que existen han tenido un surgimiento diverso y aislado.

Otra razón de peso que propició la realización de este trabajo es el poco interés que ha existido por estudiar el espacio urbano de las colonias ya mencionadas, un

espacio urbano que tiene muchas áreas en que se puede estudiar y más desde la perspectiva de las tiendas de autoservicio.

Por lo anterior, es preciso subrayar que esta investigación se basa en estudios realizados sobre la empresa Aurrerá (hoy Wal-Mart de México) y las colonias Federal y Jardín Balbuena ubicadas dentro de la Delegación Venustiano Carranza, tanto bibliográfica como hemerográfica y entrevistas en la zona de estudio.

Así pues, en el primer capítulo se caracterizaran algunos conceptos relacionados con el significado y la importancia de las ciudades utilizando las aportaciones de grandes geógrafos que han escrito documentos relacionados con este tema. Además de adentrarnos al origen y desarrollo de las ciudades en el mundo, analizando los factores que han influido en la creación y desarrollo de estas a través de la historia y especialmente en México. En el segundo capítulo, se abordara la historia del comercio en México de una manera mas detallada, se analizara la evolución de esta actividad con el fin de conocer su importancia hoy en día para poder entender el porque de las grandes cadenas comerciales que conocemos hoy en día, se llevara a cabo una clasificación de las formas en que se practica la actividad comercial y su distribución espacial en un apartado de este capítulo hablaremos sobre los supermercados en México, haciendo mención de cómo llegaron al país y como han evolucionado con el paso del tiempo y su integración en el mercado mundial.

En el tercer capítulo abordaremos lo que es la empresa Aurrerá y su relación con la conformación de la Ciudad de México, además mencionaremos los factores que han influido para convertirse en Wal-Mart, también mencionaremos que negocios pertenecen a esta gran cadena comercial haciendo un pequeño análisis de cada uno de estos negocios y su distribución geográfica en la República Mexicana.

Por último, en el cuarto capítulo, trataremos sobre el desarrollo histórico de la Delegación Venustiano Carranza; especialmente haremos un análisis sobre los cambios que se han dado en las colonias Federal y Jardín Balbuena tanto en su uso de suelo como en el comportamiento de su población desde que se crearon hasta nuestros días y sobre todo con relación a las tiendas Aurrerá Aeropuerto y Balbuena, respectivamente considerando que hay otros factores que pueden haber influido y que se mencionaran en su momento si es el caso.

CAPÍTULO I

1.1. - Las ciudades: espacios en movimiento.

La ciudad, el fenómeno urbano, dado su carácter complejo y multidimensional, ha sido considerada siempre por el geógrafo como objeto de estudio, pero, como ya advertía en 1966 Manuel de Terán (citado por García Ballesteros Aurora.1995, p.11) no es posible aprehender la totalidad de su contenido, la riqueza de sus formas y significados desde una perspectiva unilateral.

Entendida la ciudad como objeto de estudio pluridisciplinar, sería interesante valorar la aportación de la Geografía al conocimiento del fenómeno urbano. En este sentido nos limitaremos a algunos comentarios sobre el concepto de ciudad y el papel que han jugado en la sociedad misma.

La ciudad o el fenómeno urbano se entiende como un hecho físico, como un paisaje cuyo análisis se convierte en pieza esencial en los estudios de Geografía Urbana.

Al respecto (López García Jesús, 1982, p.06), define a la ciudad en términos cuantitativos caracterizada porque sus habitantes se dedican a actividades no agrarias y cualitativas, comunidad de población concentrada, cuyos habitantes se dedican a actividades no agrícolas preferentemente, centralizado y dispersando bienes, servicios y comunicaciones en el espacio circundante teniendo sus habitantes unos hábitos esencialmente urbanos.

Por su parte Castell (1974) quien utiliza como sinónimo gran ciudad y metrópoli; afirma que las ciudades son una forma espacial que se encuentran en las sociedades industrializadas.

En cambio para Harvey (1979) quien hace referencia a los países desarrollados considera que las ciudades son una forma monopolista de organización

económica, cuyas características definitorias son la innovación tecnológica y la gran concentración de plusvalor (Icazuriaga Montes Carmen. 1992, p. 26).

Todas estas definiciones son aceptables ya que no hay una verdad absoluta que explique lo que realmente es una ciudad, pero lo que sí queda claro es que al menos estas definiciones permiten establecer un espacio en donde se puede ubicar a la forma urbana para iniciar el estudio de los procesos de cambio que ocurren en ese espacio y así delimitar lo que ocurre en la evolución de las ciudades.

Según las tesis más generalizadas, la ciudad nació cuando el hombre dejó de ser nómada y se hizo sedentario y hubo excedentes de productos agrícolas, sin embargo, otras teorías afirman, que la ciudad no requirió del sedentarismo para tener excesos de productos y el comercio nació en épocas anteriores (Jacobs Jane. 1971, p.9).

Las ciudades han ocupado una posición importante en el conjunto de asentamientos humanos que a través de interrelaciones funcionales han constituido el marco donde se realizan las acciones públicas. Estas reflejan el dinamismo de una región en todos los países del mundo, aunque este dinamismo puede variar en el tiempo de acuerdo con el rol o la especialización económica que le corresponda asumir, según (Graizbord Boris y Garrocho Carlos. 1987).

En este sentido podemos retomar a Johnson (1970) quien plantea que a mayor tamaño, las ciudades cumplen funciones esencialmente urbanas, manufactureras y de comercio; asimismo ofrecen bienes y servicios tanto a poblaciones rurales como urbanas pues su área de influencia tiende a expandirse. Finalmente, las grandes ciudades o metrópolis cumplen funciones muy especializadas y tienen un carácter eminentemente urbano, ofreciendo bienes y servicios orientados principalmente a la producción, en cambio las pequeñas ciudades son predominantemente agrícolas ya que no cuentan con la infraestructura suficiente de una ciudad y aparecen como centros de servicios a la población rural.

En este caso, para que exista diferencia en el crecimiento de las ciudades, se pueden considerar los siguientes factores:

- a) La localización de industrias nuevas.
- b) La inmigración a esas ciudades de individuos que las escogen como primer destino.
- c) Cambios profundos en el comportamiento de las variables demográficas, tanto de la población metropolitana y urbana como rural.
- d) Otros cambios de tipo cualitativo que afectan la estructura, tanto de la población como de las actividades económicas.
- e) Y factores exógenos tanto naturales como sociales, económicos y políticos esto lo veremos en los capítulos subsecuentes (Graizbord Boris y Aguilar A. Guillermo. 1996, pp. 17-27).

Una de las teorías que explica la importancia de las ciudades es la teoría de los lugares centrales¹, la cual considera que el factor más importante que influye en la distribución de los asentamientos humanos es la necesidad de que los lugares centrales se hallen tan próximos a las personas a las que sirven como sea posible, pues por la ley del mínimo costo la gente adquiere los bienes que necesita del centro más próximo (López García Jesús. 1982, p. 44).

Hay que considerar que la teoría de Christaller parte de la base de que la población está repartida homogéneamente y sobre un espacio uniforme. Esta teoría está considerada como una de las más importantes para los estudios de planificación y ordenamiento del territorio como lo afirma Berry citado por J. Estébanez y que indica que los trabajos empíricos llevados a cabo en numerosos países han demostrado que la mayoría de las afirmaciones contenidas en la teoría de Christaller son válidas. Los lugares centrales de una categoría más elevada ofrecen más bienes centrales, tienen más establecimientos, más población y áreas de influencia más extensas, un volumen de venta mayor, con

¹.- Esta teoría la expuso el geógrafo alemán W. Christaller en 1933, la cual esta considerada como el punto de partida de la geografía cuantitativa y que esta basada en la búsqueda de leyes generales que expliquen la distribución espacial de los asentamientos humanos.

menores en número y más espaciosamente repartidos que los lugares centrales de menor categoría (Estébanez Alvarez Jose. 1974, p. 629).

Berry (1967) señala que el mercado es un elemento fundamental para el desarrollo de la ciudad. En términos localistas, constituye el eje de la actividad comercial al ser el espacio en que se compran y se venden todo tipo de mercancías.

Icazuriaga Montes Carmen (1992, p.153) comenta que, en el caso de los países subdesarrollados, la expansión que se da a partir de las ciudades centrales ha permitido que se formen asentamientos carentes de infraestructura urbana, es decir asentamientos irregulares; el incremento del precio del suelo en la zona central va obligando a la población de bajos recursos que reside en el centro a desplazarse a la periferia.

Algunos autores consideran que un factor que influye para hablar de ciudades como un proceso es el de la aceleración de la urbanización, considerada ésta en términos cuantitativos de mayor población urbana y de cambios cualitativos en las ocupaciones. Entre estos autores se hace referencia a Alcántara (1977), citado por Icazuriaga Montes (1992, p. 32), quien plantea que es posible considerar que la civilización, urbanización y megalopolización son etapas de un mismo proceso. A la etapa que él denomina civilización, correspondería la ciudad.

Hasta aquí hemos visto que las ciudades pueden desempeñar un papel fundamental en la organización regional. Ahora en los siguientes apartados veremos como se han creado las ciudades a través de la historia y que papel ha jugado el comercio en la creación de las mismas.

1.2. - Historia y desarrollo de las ciudades en el mundo.

Como se mencionó anteriormente las ciudades han existido desde la época antigua. Los primeros asentamientos urbanos, surgieron en lugares cuyas condiciones sociales, políticas y económicas lo permitieron.

Durante el periodo Neolítico, la agricultura y la sedentarización propiciaron el surgimiento de los primeros núcleos urbanos o aldeas que con el tiempo se convertirían en las primeras ciudades de la antigüedad. Para la llamada edad de los metales, el comercio de productos manufacturados se desarrolló de manera notable, primero fue a través del trueque, que era un intercambio de productos y, con el paso del tiempo, se fueron utilizando algunos objetos, como los anillos y bolas de bronce, así fue surgiendo el comercio y la moneda.

En este periodo surgen grandes civilizaciones agrícolas antiguas, etapa conocida también como "revolución urbana", por los cambios que se vivieron en las aldeas neolíticas en su transición a las primeras grandes ciudades. Esta llamada revolución urbana, tal y como lo plantea Childe (1973) trajo consigo una etapa de reorganización social y económica que además de incrementar la capacidad productiva por adquisiciones materiales, dio a la vez el surgimiento de una división social del trabajo que implicó la cooperación social. Sólo el logro de esta mayor capacidad productiva y la acumulación de excedentes de gran magnitud hicieron posible el surgimiento de la gran ciudad. El final del periodo neolítico da pie al inicio de la historia de la humanidad. Esta nueva etapa en la evolución social se caracterizó por la emergencia de un conjunto de realizaciones humanas las cuales vinieron a operar transformaciones fundamentales en el ser y el pensar del hombre (Lezama José Luis.1993, pp.45).

El proceso de cambio entre las comunidades del neolítico y las primeras ciudades, en especial **Egipto y Mesopotamia** se desarrollaron entre los años 6000 y 3000 a. C. Su población vivía en aldeas que con el paso del tiempo se

convirtieron en ciudades y estas eran independientes unas de otras. Es en esta transformación que se empiezan a poner las primeras reglas para normar la vida social.

La fuerza de los ríos Nilo, Tigris y Eufrates y sus caudales fueron utilizadas por el hombre; se construyeron grandes obras hidráulicas, como los diques, los pantanos fueron secados por medio de atarjeas, y también se desarrolló una ingeniosa red de canales que conducían el agua de los ríos.

Con esta acumulación de conocimientos el hombre generó la vida urbana y es precisamente donde se localizan los ríos Tigris y Eufrates que nacen las primeras ciudades sumerias entre las que destacan Eridú, Lagash y Ur (Childe. 1972). Este sitio, además de presentar características naturales favorables para la vida urbana, constituía un territorio estratégico para establecer vínculos con otras culturas (Sjoberg. 1967, pp.41-42).

Las ciudades sumerias mostraron un avanzado desarrollo industrial para su época, un significativo y diversificado intercambio comercial, una compleja estructura social, una estructura de poder que se centra en la figura del rey o faraón (según sea el caso), quien por decisión divina ejerce el poder de manera centralizada, una fuerte estructura de dominación que resulta de una clara división de los hombres en clases sociales. Por todo, esto la ciudad tanto en su estructura espacial, social, económica y política se fue haciendo cada vez más compleja lo que provocó que sus funciones no sólo se limitaran a concentrar y organizar el excedente alimentario, las técnicas y los hombres sino que también servía como punto centralizador del poder religioso y político (Lezama José Luis. 1993, p.50).

Fenicia representa el genio del comercio entre los pueblos antiguos y que en su momento se le denominó "pueblo del mar". Desde sus inicios desarrollaron una significativa vocación marítima, que se hizo patente en el desarrollo de la

navegación; fue esto lo que les permitió recorrer y dominar comercialmente el Mediterráneo, llegando incluso a fundar colonias lejanas como la de Cartago y, posteriormente, hacia el año 1100 a. C., arribar hasta las costas españolas (Díaz Julián. 1978, p.45).

El comercio lo hacían también por la vía terrestre para el cual conformaron verdaderas flotas navieras. Las primeras transacciones comerciales que hicieron los fenicios fueron mediante el trueque; más tarde vieron la comodidad de emplear a manera de monedas pequeños anillos de metal y como las operaciones comerciales se incrementaron tanto utilizaron contratos de préstamo que eran verdaderos pagarés.

La **cultura griega** está considerada como la pieza fundamental de toda la civilización de Europa Occidental. El intenso proceso de colonización llevó a los griegos del periodo prehelenístico a fundar sus ciudades, las cuales al principio eran un conjunto desordenado de viviendas humildes, dominadas por el templo y la residencia de un rey divinizado; es decir, la vida era prácticamente rural.

Con la colonización se produjo mayor progreso social y económico, creciendo los barrios de artesanos y comerciantes, se desarrolló intensamente la metalurgia, la cerámica y la producción de textiles, apareciendo con esto nuevas clases sociales.

Atenas fue una de las ciudades que alcanzó máximo desarrollo en el mundo helénico, la cual fue favorecida por la presencia de un buen puerto natural y que, al igual que Corinto, tuvo un comercio más extenso y variado llegando a ser un gran depósito comercial helénico.

En donde se desarrolló el comercio a gran escala fue en las colonias griegas como Rodas, la cual se hizo célebre por su marina mercante y sus leyes marítimas y otras colonias pequeñas de Grecia. Las ciudades se engrandecieron

con magníficos monumentos y fueron urbanizadas con un concepto más moderno para el bienestar humano.

Los romanos fueron los encargados de llevar a un lugar elevado el urbanismo de la Antigüedad. En este periodo de grandes conquistas y de expansión económica, política y militar, se crearon muchas de las actuales ciudades de la Europa occidental. El alto desarrollo urbanístico de Roma fue un importante modelo (el cual fue heredado de las ciudades helenísticas) que influyó de manera definitiva en la construcción de las nuevas ciudades. Con la conquista y el sometimiento de los pueblos vecinos, Roma logró territorios que le suministraron rendimientos en especie y en dinero consolidándose la propiedad privada de tierras.

La creación de pequeños talleres de artesanos que fabricaron cerámica, artículos de lujo y productos textiles, el desarrollo de la minería (la cual fue alcanzada en los dominios imperiales) y la gran importancia que fue tomando la metalurgia en la producción de armas, escudos, carros de guerra, etc., permitió el crecimiento del comercio en Roma al igual que con otros sitios de la cuenca del Mar Mediterráneo y la India se intercambiaron minerales como cobre y plata, productos de lana, pieles, maderas, marfil, telas, aceites, etc; obligando a que el uso de la moneda de plata se hiciera común.

La época medieval, o sea el periodo comprendido entre la caída del Imperio romano de occidente (476 d. C.) y la caída del Imperio romano de oriente, cuando Constantinopla es creada por los turcos en 1453, significó un brusco corte en el ritmo de desarrollo de las ciudades.

La red urbana creada durante el Imperio romano se rompió en el siglo V. Muchas ciudades desaparecieron, sólo las que desempeñaban funciones comerciales y administrativas permanecieron. Pero estancadas en su evolución.

Entre los siglos IX y X se presentó una renovación urbana en el occidente bárbaro, estimulada por las adquisiciones hechas por los pueblos del oriente a los pueblos del occidente en productos como hierro, armas, barcos, estaño y pieles. El oro que llega de Occidente reactiva la vida urbana. En Italia florecen ciudades como Nápoles, Gaeta², y Venecia. Esta reactivación económica y urbana se difunde por toda Europa. La moneda se generaliza y junto con la actividad comercial se adueña de Europa. Las ciudades crecen hasta sobrepasar sus murallas y en su interior se conforman barrios comerciales e industriales.

Durante los siglos XII y XIII, el comercio en Europa sigue creciendo paulatinamente, gracias a esta actividad se origina la ciudad medieval y la industria artesanal. Se inicia así una etapa comercial de grandes distancias que lo mismo unía a Inglaterra con Italia o a esta con Rusia, etc., incluso los centros musulmanes y bizantinos se acercan entre sí. También renacen las ciudades del Mediterráneo debido en gran medida a las cruzadas³ ya que fueron el gran mecanismo para abrir las rutas marítimas y terrestres necesarias para el florecimiento comercial. Con el desarrollo del comercio surge y se extiende la economía monetaria; desde fines del siglo XII surgen las primeras letras de cambio en Génova, Italia. En el resurgimiento de la Ciudad del medioevo juega un papel importante el dinero como categoría que vincula al comercio, la producción industrial, la mecanización, la organización y la acumulación de capital.

El desarrollo de veleros y transporte eficiente en los siglos XV y XVI ayudaron a una rápida expansión del comercio en todo el mediterráneo europeo e iniciando

².- Gaeta, pintoresco puerto marítimo se encuentra ubicado en la costa occidental de Italia, perteneciente a la provincia de Latina (región de Lacio).

³.- Las Cruzadas fueron expediciones realizadas por los cristianos de Europa occidental y cuyo objetivo era recuperar Jerusalén y otros lugares de peregrinación en Palestina; en el territorio conocido como Tierra Santa, que estaba bajo el control de los musulmanes (Historia Universal. 2000,p.216).

con esto la conquista y colonización de nuevos territorios, convirtiéndose a la vez en mercados para los productos de la industria y el comercio europeo.

El descubrimiento de América creó nuevas rutas para el comercio europeo, como a la vez de nuevos bienes como el tabaco y la madera. La explotación española de las grandes minas mexicanas y peruanas de oro y plata transformó por completo el comercio internacional y a medida que crecía el comercio a larga distancia, aparecían nuevas formas de organización comercial.

En el siglo XVIII Inglaterra y Francia obtienen plena libertad para comerciar por mar. Se constituyen grandes compañías que logran una acumulación masiva de dinero el cual, al aplicarse a la industria, genera la llamada **Revolución industrial**; éste es un verdadero periodo de reconstitución económica, política y social del mundo occidental.

En este mismo siglo el desarrollo del capitalismo genera una significativa expansión urbana, ligado a un proceso que surge tiempo atrás y que convierte al territorio de la ciudad en fuente de ganancia mediante la especulación de la tierra. La ciudad como objeto de especulación se inunda de un espíritu comercial, lo que hace crecer significativamente el valor de los terrenos. De ahí en adelante el crecimiento de las ciudades parece no encontrar límites.

Para 1750 el comercio de bienes de primera necesidad se hace más importante que el de especias. En los años siguientes, el comercio sufre una nueva transformación debido a la Revolución industrial, la cual se produce en Europa y que a la postre se convierte en el centro de una red comercial global durante todo el siglo XIX.

Las economías europeas empiezan a depender de los mercados extranjeros para conseguir las materias primas que necesitan y así vender en ellos los

bienes manufacturados que producen.

El crecimiento de la industria llega a afectar al comercio de muchas maneras. Al principio, el aumento de la producción estimuló el comercio de materias primas. La mecanización de la producción textil europea provocó un enorme aumento en las exportaciones americanas de algodón en bruto; para 1850 aumentó el comercio de grano, carne y lana. Europa se convierte en un importador permanente de trigo de Estados Unidos, Australia y la India, pagando estas importaciones con sus productos industriales.

Otro aspecto relevante que influyó en el crecimiento industrial fue la revolución en el transporte terrestre. El desarrollo de la máquina de vapor y la construcción de líneas férreas favoreció el comercio entre la costa y el interior de todos los continentes. Todos estos factores desencadenaron el fenómeno urbano que denominamos ciudad industrial.

Estas ciudades crecieron espectacularmente por el masivo éxodo rural. Las ciudades que más crecieron en un principio fueron las situadas junto a las vías navegables y puertos, pues los productos más pesados necesitaban para su transporte vías o canales. El ferrocarril permitió transportar materias primas a lugares lejanos; la mejora de caminos y carreteras facilitó las comunicaciones entre el campo y la ciudad.

La ciudad de esta época y la de fines del siglo XIX también se transforma, motivada por los cambios tecnológicos que ahí tienen lugar. La antigua industria de los inicios de la Revolución industrial, cuya fuente energética provenía del carbón, es sustituida por otra en la que la electricidad se convierte en su fuerza motriz. La industria de este momento se empieza a apoyar en la investigación científica con el propósito de racionalizar aún más los procesos productivos.

Con todos los progresos técnicos mencionados anteriormente, el mundo del

las enormes sumas de dinero que se necesitaron para establecer las grandes industrias, apareció el capitalismo. Para poder reunir estos capitales extraordinarios se crearon las llamadas sociedades anónimas que dominaron el mundo de los negocios y, a la vez, monopolizaron la industria y el comercio.

Para la época contemporánea, empieza a ocurrir una gran expansión urbana sin precedentes en la historia, las ciudades se siguen transformando y empiezan a crecer las zonas suburbanas que dependen económicamente del núcleo de la ciudad. Los habitantes de las zonas más antiguas de la ciudad van siendo desplazados por la ploriferación de comercios e industrias.

Durante el siglo XX, el comercio vuelve a perder relevancia, debido a la gran depresión ocurrida en 1929, la cual fue provocada por la caída del índice general de la bolsa en Nueva York. Las políticas comerciales nacionales no varían durante 1929, pero en 1930 y los años siguientes se imponen numerosos controles a las importaciones.

Después de la Segunda Guerra Mundial, se reducen las barreras comerciales y continua la expansión del comercio internacional. Las ciudades de todo el mundo continúan expandiéndose más allá de sus límites administrativos; el impacto del automóvil transforma el paisaje urbano con la apertura de amplias avenidas y autopistas, empiezan a surgir los primeros supermercados en los países desarrollados, representando para el consumidor una nueva forma de adquirir sus productos y en el ámbito económico se logran reducir los aranceles comerciales gracias al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), hoy la Organización Mundial del Comercio (OMC). Aunque las exportaciones mundiales se han duplicado en volumen en los últimos años, este crecimiento no ha sido igual para todos los países. Durante la década de 1950, las exportaciones de los países de Norteamérica y Europa Occidental aumentaron rápidamente, mientras que las exportaciones de los países menos desarrollados decayeron, provocando el mínimo desarrollo de las ciudades de estos países los llamados del Tercer Mundo.

hoy, la Organización Mundial del Comercio (OMC). Aunque las exportaciones mundiales se han duplicado en volumen en los últimos años, este crecimiento no ha sido igual para todos los países. Durante la década de 1950, las exportaciones de los países de Norteamérica y Europa Occidental aumentaron rápidamente, mientras que las exportaciones de los países menos desarrollados decayeron, provocando el mínimo desarrollo de las ciudades de estos países los llamados del Tercer Mundo.

La participación de Japón y de la comunidad económica europea sobre el comercio mundial aumentó, la de la URSS y la de Europa del Este fue en descenso. En el plano mundial el valor del comercio internacional creció drásticamente. No obstante durante las décadas de 1970 y 1980, reaparecieron las presiones para eliminar las barreras al comercio exterior. Muchos países establecieron cuotas no arancelarias a la importación y negociaron restricciones voluntarias a sus exportaciones, fenómeno también llamado como "nuevo proteccionismo".

Durante este periodo el mundo se empieza a integrar y varios autores como M. Santos, S. Fainstein, Gordon y Castells, entre otros, lo han caracterizado como parte de grandes cambios tecnológicos y organizativos en la estructura de la producción, citado por (Ramírez Kuri Patricia. 1993, p.18).

La expansión de las tecnologías ha contribuido a la globalización en otras formas, además de facilitar la comunicación. Y ya lo menciona A.Scott, al decir que los grandes cambios tecnológicos y organizativos en la estructura de la producción han provocado gran parte de la moderna descentralización a gran escala de la nueva inversión industrial de áreas metropolitanas hacia localidades más lejanas.

Para M. Castells, citado por (Ramírez Kuri Patricia. 1993, p. 19) esta revolución tecnológica esta transformando mucho la vida humana en sus dimensiones

fundamentales, como lo son el tiempo y el espacio y cuyos impactos destacan en las sociedades, en las ciudades y en las regiones.

El impacto que ha alcanzado la tecnología en la vida política y social no es fácilmente mensurable, sin embargo es posible calibrar sus efectos en el sector económico. Las tecnologías de la información hacen posible a las naciones sostener niveles más profundos de articulación económica entre sí.

Para los años noventa, al terminar la guerra fría, el mundo globalizado se hace más notorio, cuando el modelo de economía planificada de los países socialistas había quedado definitivamente obsoleto, quedando cada vez más integrada e interdependiente.

Algunas naciones habían buscado la integración con el resto del mundo de una manera más agresiva que otras. Los países más globalizados eran pequeñas naciones que se habrían, permitiendo la entrada de bienes servicios y capital que no podían ser producidos en ellas. En algunos casos las estrategias geográficas han jugado un papel importante en el mantenimiento de la integración de los mercados. Holanda, por ejemplo se beneficia de su posición en la cabecera del río Rhin, el cual reúne países que son importantes para casi tres cuartas partes del total del comercio holandés. Otros casos, como el de Suecia y Suiza, con mercados locales bastante pequeños y trabajadores muy capacitados, han tenido que crear compañías verdaderamente globales capaces de competir en cualquier parte del mundo.

Otro ejemplo es Austria quien se benefició principalmente del turismo, mientras que las remesas de la gran cantidad de compatriotas que viven en el exterior contribuyen a la integración de Irlanda con el resto del mundo.

El pequeño Singapur sigue siendo el país más globalizado del mundo, ya que dejó atrás a sus rivales más cercanos como Holanda, Suecia, Suiza entre otros, con sus contactos personales fronterizos, con un tráfico telefónico per cápita total

que asciende a cerca de 390 minutos al año. Singapur también puede presumir de un flujo permanente de viajeros internacionales equivalente a tres veces su población total. A diferencia de los Estados Unidos que alberga a sólo una sexta parte de ese nivel de turismo y viajes internacionales y puede también presumir de menos de la cuarta parte del tráfico telefónico promedio per capita.

Todavía en años recientes, Singapur ha luchado por mantener altos niveles de comercio, de inversión extranjera y de portafolio, lo que lo ayuda a mantenerse a la cabeza de la globalización. Las fluctuaciones en Asia se han debido en parte a las crisis financieras que debilitaron el desempeño económico de toda la región. El lento avance de Singapur en la privatización de las industrias estatales, sus fracasos para ganar apoyo para un acuerdo de libre comercio regional y sus controles rígidos sobre el desarrollo, también han retrasado su integración con otros países.

No todos los países alrededor del mundo han participado igualmente en la transición de la nueva economía global, la frontera digital entre los países de mercado desarrollado y emergente es ahora más que un abismo digital. En muchos aspectos relevantes, que van de la expansión de los usuarios de Internet al número de sitios, la mayor parte de la actividad económica relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación están concentradas en el mundo industrializado.

Y si alguna región es ejemplo de la cambiante integración global, ésta es Escandinavia, donde Suecia, Finlandia y Noruega han transformado su tradicional capacidad de ingeniería y manufactura para trabajar en el auge de la tecnología informática, mientras abren cada vez más sus países a los flujos de comercio e inversión.

En lo relacionado con las disparidades entre los países industrializados y en desarrollo, particularmente con respecto al acceso a Internet y su uso, se ha

desencadenado un debate mundial sobre la frontera global digital.

Más que una separación entre los países desarrollados y en desarrollo esta frontera refleja los grandes avances tecnológicos de Norteamérica y de los países escandinavos, comparados con los del resto del mundo. Juntas estas dos regiones permanecen en un lado del sorprendente mundo digital que parece haber dejado a una gran parte del mundo.

Si este abismo digital logra zanjarse, las naciones en desarrollo son las que tienen más camino por recorrer, pero decidir cómo utilizar sus recursos limitados plantea un dilema difícil. Por ejemplo Malasia en un esfuerzo por atraer inversión y desarrollar sus capacidades de alta tecnología ha gastado 3.6 mil millones de dólares en su súper corredor Multimedia. Al mismo tiempo, cerca del 70% de las escuelas carecen de facilidades de computación y casi el 10% no tienen instalaciones apropiadas para el agua y la electricidad. El resultado es una impresionante infraestructura que no puede ser apoyada suficientemente con capital humano.

Para otros países, el desarrollo de Internet no seguirá a menos que se subsanen cuestiones de infraestructura muy fundamentales. Un ejemplo es Chile, que es uno de los mercados emergentes más prósperos, el 57% de las líneas telefónicas fijas y el 58% de los suscritos a la telefonía móvil están ubicados en la capital, lo que deja a la mayor parte del país sin acceso a Internet.

Los críticos de la globalización frecuentemente reclaman que ésta incrementa la desigualdad en el ingreso. El nivel de la disparidad en el ingreso en una economía podría tener más que ver con la historia, el crecimiento económico, los controles de precios y salarios, los programas de bienestar y las políticas de educación que con la globalización o liberalización del comercio.

Estos hallazgos han fortalecido el debate sobre si los países son pobres e in

equitativos por la globalización o porque no están lo suficientemente globalizados. Sin embargo los esfuerzos por corregir la desigualdad global podría reencauzarse reconociendo que muchos países con patrones de distribución del ingreso sesgado, entre ellos Brasil, México y Nigeria, también tienen grandes poblaciones, subrayando la dificultad de sacar de la pobreza a la masa humana (A. T. Kearney Inc. 2001, pp.2-9).

En cuanto a las ciudades en los países desarrollados, el desarrollo económico experimentado en las últimas décadas ha repercutido en las ciudades europeas y norteamericanas.

En las ciudades del Tercer Mundo, a los problemas de la ciudad moderna hay que añadir los causados por la situación especial, derivada de la situación económica, que viven estos países. Los países subdesarrollados se caracterizan por tener estructuras sociales poco evolucionadas, consecuencia de su antigua situación de países coloniales y porque económicamente dependen de otras naciones más ricas. El grado de urbanización de estos países es pequeño si se compara con el de Europa, Estados Unidos o Japón, pero el ritmo de urbanización es abrumador, sobre todo en Ibero América.

1.3. - Historia y desarrollo de las ciudades en México

El desarrollo urbano que se dio en el continente americano y especialmente en México no siguió los mismos pasos de las ciudades europeas, aún cuando se ha querido adoptar patrones que dicta el euro centrismo y esto debido a que la evolución social, tecnológica y económica han sido diferentes. Cada una de las grandes culturas y entre ellas la europea, han afirmado ser el eje sobre el cual gira el mundo, y de acuerdo a este principio se ha visualizado el exterior. Al aplicarse los patrones de desarrollo de la humanidad a través de esta visión, es comprensible que difieran. Por ejemplo en América, antes de la conquista no se había pasado por la época del bronce o del hierro y entre otras cuestiones se desconocía la aplicación de la rueda al medio transporte.

Los asentamientos primitivos en el Valle de México, se sucedieron desde el horizonte cultural llamado Preclásico que va del siglo XVII al I a. C., en torno al gran lago (Novoa M. Cesar. 1992, p. 41).

Los diversos grupos indígenas asentados, explotaron la agricultura y desarrollaron técnicas de irrigación y de control del nivel del agua de los lagos. Desarrollaron la agricultura intensiva en la porción sur de Xochimilco y Chalco, en donde las inundaciones se hacían menos violentas debido a las condiciones geológicas de la cordillera del Chichinautzin que bordea la cuenca por esta parte.

Se desarrolló un basto sistema de ciudades en torno a los lagos y una amplia red de comunicaciones terrestres, sin embargo, fueron los lagos los que generaron la unidad en la región, y la canoa como medio de transporte consolidó la comunicación entre las ciudades lacustres, conformándose entre los reinos y señoríos ahí asentados, un sistema económico interdependiente.

Los mitos, los símbolos y la geografía sagrada formaron la base teocrática de la sociedad y generaron las formas urbanas con centros de tipo ritual y ceremonial.

La creación de pirámides y pequeñas calles alrededor del centro de la ciudad y sus alrededores fueron los primeros indicios de urbanización.

Con la caída de Tenochtitlán (1521) empezaron los trescientos años de la Nueva España, en lo que hoy es México y una amplia parte del sur y oeste de los actuales Estados Unidos.

La llegada de los españoles a territorio mexicano produjo un impacto definitivo, no solo en el decremento de la población nativa, también en la distribución de la población en el territorio. La fundación de ciudades para españoles, las encomiendas, el establecimiento de conventos y templos para la evangelización, el descubrimiento de minerales de oro y plata y el fortalecimiento del comercio en las ciudades españolas, determinaron la reubicación de la población nativa (Cook y Borah. 1974, pp. 195-200).

Las ciudades que crearon los españoles fueron pequeñas con crecimiento lento hasta mediados del siglo XVII. Como es sabido estas ciudades eran para españoles y europeos, estas mismas ciudades generaron poblados indios aledaños y en ocasiones las propias fundaciones españolas se localizaron cercanas a poblaciones indígenas con objeto de utilizar sus servicios.

Entre 1523 y 1575, se fundaron la mayor parte de las ciudades de la Nueva España y en el último cuarto de este siglo algunas ciudades del norte del país como Monterrey. Durante esta época la Ciudad de México y sus alrededores se fue transformando poco a poco, ya que también se crearon gran cantidad de iglesias, muchas de ellas en los mismos lugares de los santuarios indígenas, se fundaron diversas instituciones para la educación y una de esas instituciones fue la Real Universidad de México (hoy la UNAM).

Para el periodo independiente, la ciudad fue cayendo en un creciente deterioro y los gobiernos liberales terminaron por desamortizar los amplios territorios

urbanos pertenecientes a las diversas ramas del clero, poniéndolos en venta a particulares, quienes en corto tiempo transformaron sus espacios en habitación popular e insalubre y esto debido a las guerras de independencia y el establecimiento del gobierno republicano que paralizaron las actividades edilicias en vista a la supresión del mercado internacional y de la floreciente minería, lo que produjo la pulverización de las actividades agrícolas y de la incipiente industria.

La inestabilidad política y los conflictos con el extranjero no ofrecieron terrenos propicios para el desarrollo y mejoría urbana; sin embargo, la fisonomía de las viejas construcciones barrocas se siguió modificando de acuerdo a la generalización cada vez más extendida del neoclásico en moda a mediados de siglo.

La invasión francesa y la instauración del efímero segundo imperio, fueron campo propicio a la participación de ideas y proyectos urbanos y arquitectónicos que pretendieron modernizar la urbe y modificar los edificios primordiales como el Palacio Nacional y el Castillo de Chapultepec los cuales fueron focos de atracción y la única obra significativa que se realizó fue el trazó del Paseo del Emperador, que iniciándose en la primer glorieta del Paseo de Bucareli, alcanzaba las laderas del Cerro del Chapulín.

Pero el elemento que vino a transformar de manera radical la vida urbana en la Ciudad de México, fue el establecimiento de los ferrocarriles, ideados y construidos por los empresarios Manuel y Antonio Escandón; poco a poco la capital se fue comunicando con los principales puertos marítimos como Acapulco y Veracruz y ciudades del interior del país, abriendo nuevas zonas a la explotación agrícola, ganadera e industrial, también se crearon las primeras líneas telegráficas de México a Veracruz y al Bajío y se inauguró la navegación a vapor en el lago de Texcoco (Ortiz M. Luis. 1995, pp.30-32).

Los estados cercanos a la Ciudad de México no conocieron un florecimiento de ciudades comparable al de los Estados situados más al oeste, por ejemplo. Aparte de Puebla, la vida urbana durante mucho tiempo sólo creó villas, después capitales administrativas a raíz de la creación de los Estados mismos en el siglo XIX por el fraccionamiento del de México. Toluca (Estado de México) inició apenas un crecimiento industrial a finales del siglo XIX; Pachuca (Hidalgo) conoció una continua decadencia de sus actividades mineras; Tlaxcala no sobrepasó prácticamente el nivel de la actividad de otras villas del valle de Puebla y, finalmente, Cuernavaca (Morelos) se desarrolló hasta después de la Revolución gracias a su clima, el cual ha atraído a los habitantes de la Ciudad de México desde antes de 1950 (Bataillon Claud y Rivière Hélène. 1973, p.131).

En el siglo Veinte la Ciudad de México, sufre otra modificación en su estructura urbana ya que con la transformación de la ciudad en el Departamento del Distrito Federal, se impone a partir de entonces una política de planificación embrionaria y errática que durante los primeros años revolucionarios dió preferencia a la expansión de fraccionamientos, a la apertura y ensanche de las arterias de circulación para fomentar un intenso tránsito vehicular, y al acelerado e incontrolable cambio en los usos del suelo, que fueron transformando de manera cada vez más acelerada la armonía fisonómica de sus barrios, para dar cabida al permanente flujo de la población a la capital.

La década de los años cincuenta trajo consigo el principio de la industrialización en la capital y el advenimiento del crecimiento demográfico incontrolado; las autoridades se revelaron incapaces de controlar el asentamiento desordenado de una población campesina atraída por la metrópoli. Las colonias marginales se asentaron sobre los territorios agrícolas perimetrales, desplazando el origen del abasto hacia zonas cada vez más distantes.

La construcción de la Ciudad Universitaria y los grandes conjuntos habitacionales, impusieron un modelo urbano sustentado en el espejismo que

brindaron los edificios en altura, permitiéndose su implantación incluso dentro del Centro Histórico capitalino, alcanzando su punto culminante con la construcción de la Torre Latinoamericana.

La década de los cincuentas marcó asimismo la pluralización de los polos urbanos, dada la incapacidad de las áreas centrales de contener la expansión creciente; iniciándose así la conurbación de las poblaciones de la Cuenca del Valle de México, hasta llegar a consumarse tres décadas después.

En el caso de la vida urbana regional esta se produjo principalmente por el establecimiento de industrias cuando tanto el Estado como las compañías iniciaron una política para moderar el crecimiento industrial de la Ciudad de México, esta política consistía en el desplazamiento de la industria hacia los suburbios situados en el Estado de México. Esta política estuvo acompañada de una iniciativa destinada a mostrar el ejemplo de la industrialización en los medios rurales pobres, en la proximidad de la capital ciertamente, a fin de asegurar fácilmente un control y de aprovechar las infraestructuras (tanto de comunicaciones como financieras) ligadas a la metrópoli, como es el caso del estado de Hidalgo, en el cual se construyó Ciudad Sahagún, donde se producía maquinaria para la industria, carros de ferrocarril y posteriormente para el Transporte Colectivo Metro, así como automóviles y camiones. Varias de las fábricas de este núcleo industrial fueron establecidas por empresarios privados y adquiridas después por el gobierno federal, mientras que otras fueron establecidas por el gobierno estatal (Brom Juan. 1998, pp. 312-314).

Es indudable que el desarrollo de las ciudades en México ha estado acompañadas de muchos factores internos y externos provocados por cuestiones políticas, sociales y culturales, los cuales han conformado la estructura urbana que hoy conocemos, sin dejar a un lado la actividad comercial la cual ha evolucionado con el paso del tiempo y que analizaremos mas a fondo en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO II

2.1. – El Comercio en la Ciudad de México.

México, es un país que a pesar de tener una gran riqueza cultural también se ha caracterizado por estar a la vanguardia de otros países, en este caso el recibir la influencia comercial de otros países no ha sido la excepción y ha sabido asimilar estas influencias dándole un toque nacional, y a la vez esto ha permitido modificar la imagen de las ciudades del país pasando de ser un estilo conservador a uno modernista.

La intensificación y el auge de las actividades comerciales han producido tanto la formación de una clase de comerciantes como a la vez el establecimiento de lugares adecuados para el ejercicio de las actividades mercantiles, es decir los mercados.

Sobre la base de las investigaciones que se han realizado por expertos en la materia, es posible afirmar, gracias a los hallazgos arqueológicos, que los Olmecas fueron los primeros en practicar diversas formas de intercambio y aún elementales transacciones de tipo comercial. Sin embargo, por ser los teotihuacanos y los mayas de quienes se tiene noticia cierta, en cuanto a creadores de formas superiores de cultura se les considera aquí como punto de partida para el estudio del desarrollo del comercio en el México antiguo.

Con el paso del tiempo, aparecieron nuevos centros de cultura tanto en la región central de México como al norte de Yucatán y en las tierras altas de Guatemala, particularmente se sabe que en la ciudad de Tula ya existía un gran mercado, así como gremios de comerciantes, tanto en Cholula (Puebla), Chichén-Itzá, Uxmal como a la vez en otras ciudades mayas (Acosta Saignes M. y León Portilla. 1975, pp. 69-80).

Con los aztecas y sus vecinos, la antigua institución cultural del comercio logra enorme desarrollo e importancia. Dentro de la organización social azteca, existieron dos agrupaciones de comerciantes de gran importancia como los Pochtecas, los cuales eran comerciantes profesionales, y la de los grupos de artistas y artesanos integrada por los orfebres, plateros y los artistas de la pluma quienes realizaban su función en los tianguis o plazas.

El apogeo que alcanzó el comercio en esta época entre los aztecas, permitió el progreso del valle de México, el desarrollo de medios para la transportación de productos ayudó a reducir el tiempo y la distancia de un lugar a otro con la creación de trajineras, las cuales influyeron en la transportación de productos de los diferentes ríos y lagos que existían en aquel entonces en México.

Con la reedificación de la ciudad ya se hace mención de los tianguis, y uno de ellos se hallaba en Tlatelolco, al que concurrían alrededor de diez mil personas diariamente. El barrio de Tlatelolco era el más importante por su comercio, que se llevaba a cabo en este lugar a gran escala y estaba perfectamente organizado, practicándose no sólo por el trueque, si no que también había compra y venta, existiendo asimismo una unidad monetaria que influyó directamente en toda la organización y desarrollo de la vida prehispánica, siendo admirada por los conquistadores por su perfecta forma de organizarse y desarrollar esta actividad.

Durante la época colonial el principal comercio que se practicó fue el de ultramar o exterior, tanto en España como con las Indias Orientales, principalmente con Filipinas.

Para esta época, ya empiezan a hacer su aparición las llamadas ferias comerciales, las cuales constituyeron las primeras formas de organización comercial impuestas por los conquistadores, siguiéndole después los locales o tiendas y los llamados mercados fijos, el mercado del "Paríán" fue uno de los

primeros en este tipo, el cual fue construido en 1527; el Parían era un mercado propio de los vendedores de ropa, ya que había otros dedicados a ciertas especialidades de una sola línea.

La Plazuela del "Volador", establecida en 1659, era el mercado de los comestibles. Este mercado era propiedad del Marqués del Valle. Otra de las importantes plazuelas era la llamada del "Factor", en ella se encontraban los comerciantes que fueron desalojados del mercado del Baratillo, estableciéndose unos en esta plaza y otros en la Plazuela de Santa Catarina.

Estos mercados surgieron con el fin de descongestionar la Plaza Mayor. En un principio fueron muy importantes pero debido a las restricciones comerciales y a la falta de comunicaciones se vieron restringidos, ya que las ferias comerciales⁴ les hacían mucha competencia.

Durante el periodo independiente el comercio en los primeros años se desarrolló carente de garantías y estuvo afectado por el contrabando, el cual se desarrolló por la falta de vigilancia en las costas y perjudicaban a los comerciantes de la ciudad.

Durante esta época el comercio se desarrollaba en tiendas y pequeños establecimientos. El sistema de tiendas y tendejones se conjugó con el antiguo sistema comercial más popular que era el mercado. Este tipo de tiendas y tendejones era una organización comercial más compleja que no solamente era de la ciudad sino que traspasaba las fronteras locales. En estas tiendas los comerciantes vendían productos de importación además de los nacionales. Estas casas dedicadas a la importación pertenecían a comerciantes ingleses o alemanes. Estas tiendas surgidas en 1843, tuvieron gran auge debido a que

⁴.- Estas ferias constituyeron las primeras formas de organización comercial impuestas por los conquistadores y servían como un medio para vender los productos traídos de España, debido a la falta de movilización de los productos de la ciudad, comúnmente estas ferias se realizaban en los puertos de Acapulco y Veracruz.

contaban con el capital además de que los favoreció la política que prohibía la ocupación del comercio al menudeo a extranjeros, por lo que se dedicaron al de mayoreo, además de que los nacionales veían con desprecio este tipo de comercio. (Castillo Méndez Laura Elena. 1973, pp. 45-47).

Para mediados del siglo XIX, aparecen los grandes almacenes, los cuales cambian todo el sistema de comercialización. El principal cambio realizado con el establecimiento de estos almacenes es que los productos se van a separar en departamentos específicos. Estas tiendas, iban dirigidas principalmente a la clase acomodada y distribuían principalmente ropa, accesorios, artículos de decoración y eventualmente mobiliario y enseres menores.

Para principios del siglo XX, el comercio pasó por un bache provocado por el movimiento revolucionario. Una vez reestablecido el control económico y la paz social, el crecimiento del comercio retomó su ritmo y hasta finales de 1930 y principios de los cuarenta, un gran éxodo de extranjeros volvió sus destinos a México, fundamentalmente españoles y norteamericanos, que favorecieron la introducción de nuevos sistemas comerciales.

Como consecuencia de esto, la capital del país experimentó un acelerado crecimiento demográfico que la colocó entre una de las ciudades más pobladas del mundo, con la consecuente necesidad de abasto y consumo de sus habitantes, fortaleciendo el establecimiento acelerado de todo tipo de industrias y comercios (ANTAD. 1986, pp. 41-42).

La mayor parte del aparato económico estaba en manos de la iniciativa privada, integrada por empresarios poderosos, medianos y pequeños, además de un gran número de propietarios de establecimientos minúsculos, como talleres o comercios atendidos por sus dueños y las familias de estos, a veces con el apoyo de unos cuantos trabajadores o empleados. Algunas ramas del comercio al mayoreo estaban en manos de grupos poderosos, había grandes tiendas

departamentales y una multitud de establecimientos medianos, pequeños y minúsculos.

Durante el periodo de 1940-1980, México sufre muchos cambios en su política comercial, por ejemplo en el comportamiento del sector externo de la economía presenta intentos importantes para generar una industrialización nacional sustitutiva de importaciones, con un estado intervencionista, empresario y promotor del desarrollo bajo, un régimen de economía mixta, que desafortunadamente, no fue fácil ya, que los intereses de Estados Unidos siempre estuvieron presentes para generar una competencia desleal con la industria y la agricultura nacional, apoyándose en los avances tecnológicos que estas empresas tenían y que las aprovecharon para dominar en los mercados mundiales.

La empresa privada se desarrolló con vigor entre 1940 y 1982, favorecida por el incremento del mercado interno debido a las reformas cardenistas, el ventajoso suministro de los derivados del petróleo y la escasez de mercancías extranjeras durante la segunda guerra mundial.

Durante el gobierno de Miguel Alemán, se dio preferencia a las adquisiciones gubernamentales a los productos elaborados en el país y se frenó la importación de mercancías que hicieran competencia a las fabricadas nacionalmente. Al mismo tiempo se facilitó la inversión de capitales extranjeros que aprovecharon estas ventajas, dedicándose a diferentes actividades, entre las que destacaban el ensamblado de automóviles, la producción de artículos electrodomésticos y de medicinas. En muchos casos hubo inversiones conjuntas entre capitales privados nacionales y extranjeros.

Es de este auge que el comercio en México tiene una gran proliferación tanto de establecimientos comerciales de pequeña cuantía, como de los grandes almacenes, llegando a satisfacer las crecientes necesidades de los

consumidores, creando un cambio importante en la estructura distributiva y que además de existir el comercio detallista, el de mayoreo y otros, las condiciones de nuestra economía cambiante vieron nacer un nuevo sistema de comercio más funcional, el cual representó una nueva forma de operación mercantil moderna, surgiendo así sistemas de autoservicio como las tiendas departamentales, tiendas de descuento, supermercados y los llamados centros comerciales, de las tiendas departamentales destacaron el Puerto de Liverpool y el Palacio de Hierro, se sumaron entre otras Sears, Woolworth y de las de autoservicio sobresalieron en ese rubro la Comercial Mexicana, Aurrerá (hoy Wal-Mart de México), De Todo(ya desaparecida) y Gigante. Con ello se redujo el papel de los negocios pequeños y medianos (Brom Juan. 1998, pp. 312-316).

La Ciudad de México empezó a experimentar grandes cambios en su estructura urbana desde esa época, expandiéndose la población hacia otros puntos de la ciudad, como el sur y norte en donde se empieza a poblar, también se incrementa la construcción de nuevos barrios⁵ y conjuntos habitacionales.

El nuevo comercio exterior fue monopolizado por un grupo minoritario de grandes empresas que se vincularon al negocio maquilador y que con bajos costos derivados de mano de obra barata y exenciones fiscales quebraron a gran parte de la planta productiva nacional, generando un desempleo y subempleo jamás vista en la historia.

Las pequeñas y medianas industrias nacionales se asociaron como maquiladoras integradoras, subsidiarias o de franquicia, las que no pudieron estar en este plano secundario, definitivamente quebraron y quedaron fuera del negocio exportador. Es decir que después del TLCAN, el comercio y la política de comercio exterior solo benefició a las maquiladoras, los monopolios, locales y

⁵ .- Un barrio lo podemos definir como una parte o sección urbana, de extensión relativamente grande, que contiene un agrupamiento social espontáneo y que tiene un carácter peculiar, físico, social, económico o étnico por el que se identifica.

extranjeros y a las empresas ganadoras de la privatización salinista es, decir, a las grandes empresas globalizadas.

El llamado auge exportador actualmente se concentra en un pequeño número de grandes empresas denominadas (Altex), que gozan de tasa cero en cuanto a impuestos de importación y exportación, al igual que las llamadas (Pitex) y las maquiladoras.

De las empresas que han sido beneficiadas por el modelo de apertura comercial, se encuentran por mencionar algunas, Telmex, Chrysler, General Motors, Ford Motors Co., Alfa, Cemex, Grupo Carso, Cifra⁶, Vitro, Bimbo, La moderna, Gigante, Televisa, TV. Azteca. Estas empresas han significado la apertura comercial indiscriminada en beneficio de los grandes mercados extranjeros y de sus socios del interior (Ortiz W. Arturo. 2001, pp.51-67).

Como lo menciona Arturo Ortiz W. (2001, p.67) el control del comercio exterior por parte de estas empresas se vio complementado con las privatizaciones de puertos, aeropuertos, carreteras y ferrocarriles en las que la inversión extranjera ha tenido un papel importante al asociarse a los nuevos monopolios del transporte, manejados por las empresas, ICA, Tribasa y Transportación Marítima Mexicana (TMM).

Hasta aquí hemos visto como el comercio en México fue evolucionando con el paso del tiempo y como se fue integrando al mercado mundial, y que desde mi perspectiva se ubica en cierta desventaja en cuanto a su integración con otros países especialmente con los vecinos del norte, aunque claro por otro lado ha tenido ciertos puntos positivos los cuales los veremos en los siguientes capítulos un poco más a fondo.

⁶.- Cifra, fue un concepto creado por los señores Arango dueños y fundadores de la empresa Aurrerá, para englobar sus tiendas Aurrerá, Bodega Aurrerá, Suburbia y Vips.

2.2. - Clasificación y análisis del comercio en México.

En este capítulo, se realizará una clasificación de las diferentes formas en que se ha practicado el comercio y una referencia a cada una de éstas y, por último, se hará una reseña histórica de alguno de los ejemplos que se mencionen en dicha clasificación. Para darle al lector una visión más clara sobre las diferentes formas en que se practica la actividad comercial, y sobre todo para poder diferenciar su distribución espacial.

En este caso tenemos a los Tianguis y Mercados de los cuales podemos mencionar a; 1. - La Plaza Mayor, 2. - La plaza del Volador, 3. - El mercado de Tlatelolco, y de entre los que todavía existen están 4. - El mercado de la Merced y 5. - El mercado de la Lagunilla.

Las Tiendas Departamentales que están integradas por; 1. - El Palacio de Hierro, 2. - Sears, 3. - Suburbia 4. - Liverpool y 5. - Sanborns.

Los supermercados integrados por; 1. - Gigante, 2. - Comercial Mexicana, 3. - Carrefour, 4. - Auchan, 5. - Wal-Mart (los cuales mencionaremos en un capítulo aparte).

Y por último tenemos a los Centros Comerciales que lo integran; 1. - Plaza Universidad, 2. - Plaza Inn, 3. - Peri sur y 4. - Plaza Satélite, entre otros.

Esta clasificación fue realizada sobre la base de los datos obtenidos por (Quintana Echegoyen Carlos. 1992, pp.138-170).

2.2.1. - Tianguis y Mercados.

El tianguis y el mercado mexicano tiene una tradición que se remonta al periodo del México precolonial, aunque con el tiempo se ha ido transformando poco a poco

a tal grado de convertirse actualmente en un eslabón directo entre productores y consumidores. Es importante identificar la diferencia que hay entre el tianguis y el mercado, por ejemplo, el primero es considerado como un mercado en movimiento, es decir se establece en lugares y días determinados en donde se reúnen los vendedores de los pueblos y de las colonias (Enciclopedia en carta. 2000) y el segundo como uno fijo. Los mercados surgieron en el momento en que se unieron grupos de vendedores y compradores y permitieron que se articulara el mecanismo de la oferta y la demanda. Y precisamente en México la Plaza Mayor, según cuenta (Novo Salvador. 1983, p. 48) fue la primera invadida poco a poco, al igual que otras plazas mayores; por puestos fijos y semifijos y por comerciantes ambulantes que acabaron por convertir a las plazas en nuevos mercados.

Durante el periodo precolonial el tianguis y el mercado tenían gran importancia siendo la base fundamental de la población para adquirir o vender algún producto sin importar clases sociales; desafortunadamente poco a poco se ha sido relegando especialmente hacia los habitantes de colonias populares y zonas marginadas que carecen de mercados públicos o de comercios especializados.

El objetivo del tianguis y del mercado sobre ruedas se ha ido desvirtuando, pues ya empiezan a introducir productos de importación y de lujo y un ejemplo de ello es el mercado de Tepito (Quintana Echegoyen Carlos. 1992, p.62). Su área de influencia últimamente ha decaído en importancia, por la competencia que existe con las tiendas de autoservicio, sin embargo por los bienes que ofrecen (como carne, pescado, granos, semillas, embutidos, productos lácteos, calzado y ropa), satisfacen una parte de la demanda, principalmente de las colonias populares.

El mercado de Tlatelolco.

El mercado de Tlatelolco fue uno de los más importantes para el comercio prehispánico, se ubicaba en la sección oriental del recinto sagrado y, según se cuenta se trataba de un gran patio o espacio abierto donde se reunían

compradores y vendedores y alrededor de ellos se encontraban multitud de cuartos que servían específicamente como bodegas o depósitos, aquí comúnmente se vendían frutas, legumbres, yerbas, animales y también cosas viejas y usadas.

2.2.2. - Tiendas Departamentales

Aunque todavía se discute acerca de a quién corresponde el privilegio de haber sido el primero en establecer una tienda departamental, en excavaciones de Roma se han encontrado restos de lo que pudiera haber sido una tienda por departamentos de varios pisos en la Era Cristiana (ANTAD. 2000, pp.3-4). Ya en la época contemporánea, cierto número de tiendas de ropa, venían prosperando en París hacia la segunda mitad del siglo XIX.

En 1852 se inauguran los primeros almacenes, específicamente en el corazón de París los cuales eran grandes tiendas especializadas dirigidas principalmente a la clase acomodada que distribuían principalmente ropa, accesorios, artículos de decoración y eventualmente mobiliario y enseres menores.

En Estados Unidos, hacia fines de la recesión de los años treinta, es cuando aparecen las primeras grandes tiendas departamentales, las que se diseminaron por todo el país y que actualmente dominan la actividad comercial norteamericana (ANTAD. 1986, p.25).

Las tiendas departamentales en México llegan por medio del francés Jean Baptiste Ebrard, quien en 1847 abrió las puertas de un cajón de ropa en el número 2 de la calle de San Bernardo (hoy Venustiano Carranza), al que le llamo "El Puerto de Liverpool". En 1936 se inaugura el nuevo edificio de "El Puerto de Liverpool", en la Avenida 20 de Noviembre y en 1944 la empresa se convierte en sociedad anónima, considerando a ésta la empresa pionera entre las tiendas departamentales en México. Tiempo después nacen "Fabricas de Francia" en 1876, "El Palacio de Hierro" en 1898 y "Sanborns" en 1903. En estas tiendas se

venden productos para el hogar y uso personal (enseres menores y mayores, ropa femenina y masculina, telas, tapicería, etc.), clasificándolas en departamentos separados, con un surtido especializado, limitado y profundo con atención de personal conocedor.

Algunas características que presentan estas tiendas son:

- 1.- Organización interior en secciones y departamentos en función de la compra.
- 2.- Con un mínimo de 50 empleados especializados.
- 3.- Con sistema de ventas que combinan mostrador y autoservicio.
- 4.- Aspecto y decoración atractiva y aún lujosa (ANTAD. 2000, pp.6-7).

Estas tiendas departamentales se ubican comúnmente en lugares donde hay población de clase media a clase media alta, como por ejemplo; Polanco, La colonia del Valle, San Ángel, Satélite, etc., por mencionar algunos lugares, ya que la mayoría de sus productos tienen un costo que no es accesible a los bolsillos de toda la población.

Sanborns.

Muchas tiendas parecen haber existido desde siempre. Sin embargo la mayoría comenzaron como modestos negocios que ignoraban hasta donde crecerían. Cada una tiene su propia historia como en este caso es Sanborns.

Walter Sanborn desembarcó en el puerto de Veracruz en 1897 a los 22 años de edad, habiendo terminado su carrera de químico farmacéutico en la ciudad de los Angeles, California.

Para 1903 ya había fundado junto con su hermano mayor Frank una pequeña droguería en la Ciudad de México y pronto agregaron al negocio el servicio de Fuente de Sodas, pasteurizando su propia leche y productos lácteos. Después de abrir tres establecimientos en la ciudad (dos en la calle de Madero y una en 16 de Septiembre), se aventuraron al norte abriendo un cuarto en el Puerto de Tampico,

tienda que resistió hasta 1914, cuando fue saqueada y destrozada por un motín antiyanqui.

Ante la inseguridad y las dificultades políticas y económicas de los años revolucionarios, Walter decidió regresar a Estados Unidos, aunque Frank se resistió a abandonar México con una inmensa fe en el porvenir de nuestro país.

El 11 de octubre de 1919 después de dos años de adaptaciones y esfuerzos, Frank cerró las tres pequeñas sucursales y concentró todo el concepto Sanborns en un solo lugar (Madero 4), mejor conocida como "La casa de los Azulejos". El éxito fue rotundo desde el primer día: Restaurante, salón de té, fuente de sodas, tienda de regalos, farmacia, dulces y con el tiempo, se agregó la librería, las revistas y la oferta de música y tabacos. Para la década de los años veinte, Frank Sanborn terminó de armar todo el concepto que hoy sobrevive y funciona como un negocio redondo, inventando algunos productos y agregando otros, generando una cultura que ya ocupa un lugar indiscutible en la vida de México.

Los tres búhos aluden a su persona y sus dos hijos conocidos por todos como los tecolotes. Frank Sanborn vendió su negocio en 1946 con 400 empleados y dos tiendas (Monterrey fue la segunda, abierta el 16 de julio de 1936 en un caserón antiguo) a la compañía Walgreen de Chicago, que contó con un grupo importante de socios mexicanos. Frank murió a los 86 años en su casa de México en 1959, al poco tiempo de haber recibido del gobierno mexicano el certificado de nacionalidad mexicana, y no fue sino hasta 1985 que Sanborns se convirtió en una empresa 100% mexicana cuando la adquirió Grupo Carso⁷ con 31 tiendas en distintas ciudades de la República Mexicana. Hoy a más de 15 años de distancia son más, de 100 tiendas desde Tijuana hasta Cancún con 18,500 empleados y

⁷ - El grupo Carso es una controladora de diversas empresas en México y que a través de sus compañías subsidiarias, participa y mantiene una posición importante en sus capitales en los sectores de auto partes, materiales para la construcción, productos de consumo, minería, restaurantes y telecomunicaciones. El 19 de junio de 1990, esta empresa adquiere la mayoría de las acciones de Sanborns, Frisco y Nacobre.

cuatro fabricas que se encargan de hacer sus productos y estandarizar su calidad (Sanborns,2000,<http://www.sanborns.com>).

2.2.3. - Centros Comerciales

El centro comercial es un lugar de compras de bienes de consumo, que con base en una organización adecuada reúne a varias empresas comerciales de giro distinto que se complementan entre sí, formando todas ellas la infraestructura necesaria para atraer a un gran número de visitantes, los que al pasar por el inmueble y observar la gran variedad de productos que se exhiben en el mismo, seguramente encontrarán sus satisfactores.

A los centros comerciales, se les ha considerado como una de las ultimas etapas del comercio organizado. Estos nacen en Estados Unidos a partir de la reestructuración urbana desencadenada por la invención del automóvil, ya que el uso de éste era común en este país y más en la gente de clase alta, provocando que aquellos sitios accesibles en auto se fueran convirtiendo en los lugares de moda, llegando a tener gran éxito las tiendas con gran variedad de productos ubicadas en calles con facilidades de estacionamiento; de esta época datan las grandes tiendas departamentales (Gardner C.1989). Con el acceso masivo al automóvil en los años veinte, la industria de los centros comerciales tuvo un gran impulso y se cambiaron los patrones de localización comercial establecidos hasta ese momento (Carpenter H.1978).

Los primeros centros comerciales, (los cuales se construyeron años anteriores a la segunda Guerra Mundial) eran de tipo comercial, los diseños arquitectónicos aún eran sencillos y solamente respondían a las necesidades del lugar.

Uno de los primeros inversionistas que desarrollaron centros comerciales fue J.C. Nichols, de la ciudad de Kansas Missouri, con su Country Club Plaza, el cual se construyó a mediados de los años veinte, este fue el primer centro a partir del cual se le dio el nombre genérico de plaza en Estados Unidos por las siguientes dos

décadas, después se les conoció como malls (Carpenter H. 1978).

Después de la segunda Guerra Mundial, la industria de los centros comerciales se revitalizó en Estados Unidos ya que la sociedad no había sufrido un gran daño económico o físico, por lo que la actitud consumista que fortaleció a los nuevos espacios de compra-venta favoreció un proceso más acelerado que en Europa (Gadner C. 1989).

El crecimiento se fue dando por la idea que tenían las grandes tiendas departamentales norteamericanas ya que para expandirse o sobrevivir debían seguir a sus clientes a los suburbios (Carpenter. 1978). El excedente de tierra barata y una cultura ya dependiente del automóvil favoreció la creación de centros comerciales con grandes áreas de estacionamiento.

Para los años cincuenta la dispersión de los suburbios fomentó la construcción de centros comerciales para satisfacer al nuevo mercado. Durante esa década se hicieron innovaciones que apoyaron la planificación de nuevos centros comerciales. Para 1950 se abren los primeros dos centros comerciales anclados por dos grandes tiendas departamentales: El Northgate en Seattle, Washington y el Shopper World en Framingham, Massachussets. Uno estaba organizado en dos hileras de tiendas, una frente a la otra, con un paso peatonal entre ellas, y el otro tenía la innovación de disminuir la distancia a lo largo, pues las tiendas estaban ubicadas en dos pisos. Los pasillos superiores se conectaban con puentes peatonales.

Para mediados de los años setenta, los centros comerciales en Estados Unidos fueron creciendo en una forma acelerada, tanto a nivel regional como a nivel nacional. En México el proceso comenzó a fines de los años sesenta y principio de los setenta, debido al rápido crecimiento de la capital, se observó que a este fenómeno, tras una previa planeación urbana, se le podía sacar mayor provecho si se promovían centros comerciales en áreas en las cuales las grandes tiendas de

departamentos actuaran como polo generador de su propio entorno, es decir utilizar las tiendas departamentales como un gancho para atraer a consumidores tanto a la misma tienda como a la plaza comercial y como ejemplo se puede mencionar a la tienda de Sears, la cual se encuentra dentro de Plaza Universidad. Esto proporcionaría la ventaja, entre otras que la gente satisficiera sus necesidades sin tener que recorrer grandes distancias. Así se comenzaron a construir los dos primeros centros comerciales a imagen de los de Estados Unidos y esos fueron: Plaza Universidad y Plaza Satélite, promovidos por la empresa Sears Roebuck.

Hacia fines de los años setentas surgen otros pequeños centros comerciales como. El Relox (ya desaparecido), Plaza Inn, Plaza Galerías y Plaza Polanco. Para 1980 promovidas por las empresas Liverpool y Palacio de Hierro, nació Perisur, ubicada en Periférico y Avenida de los Insurgentes.

Durante la primera mitad de la década de los ochenta no hubo una inversión equivalente a la de Perisur; sin embargo, a partir de 1985 se crearon nuevos centros comerciales como Lomas Plaza, Centro Coyoacán, Pabellón Polanco, Interlomas, Perinorte, Galerías Insurgentes y Galerías Coapa. De entonces a la fecha la industria de centros comerciales sigue su proceso dinámico y a la vez está cambiando. En otras partes los hoteles están desempeñando un papel importante para la atracción de consumidores, y en México los cines están tomando el lugar de los grandes almacenes y las tiendas departamentales. (López Levi Liliana. 1997, pp.71-112).

Plaza Universidad.

En 1968, después de haber realizado un detenido análisis del crecimiento periférico de la ciudad de México, la empresa Sears Roebuck decidió importar un novedoso concepto urbano y de comercio de gran complejidad, llamado Plaza Universidad. Este queda ubicado al sur de la ciudad de México; en aquel entonces este lugar requería de espacios urbanos propicios para la convivencia social y

demandaba satisfactores de índole comercial y creativa (Quintana Echegoyen Carlos:1992, p.165). En sus inicios, Plaza Universidad tuvo un impacto en su entorno debido a que propició la proliferación de establecimientos comerciales en el área contigua, así como un incremento en el valor del uso de suelo, que con el tiempo volvió a la normalidad.

Este lugar se caracteriza por tener una gran variedad de comercios, desde los más pequeños como por ejemplo; neverías, locales de fotografía, y hasta los más grandes comercios que pueden ser los grandes almacenes como Sears, tiendas de ropa deportiva como Casa Marti, hasta bancos, entre otros.

2.3. - Los Supermercados en México.

A mediados de la década de los años veinte, la tendencia al desarrollo de las tiendas de autoservicio se hizo notoria en Estados Unidos. Los consumidores ya deseaban satisfacer las necesidades de compra de alimentos bajo un mismo techo. Así pues, el autoservicio preparó el camino hacia un nuevo concepto en el comercio al detalle estadounidense: El supermercado.

El supermercado desarrolló el potencial que tenía el autoservicio como concepto. De 1935 a 1941 el número de supermercados creció hasta más de 8000 establecimientos. En un principio, las cadenas de tiendas al detalle se habían opuesto al concepto de supermercado (el cual nació en la parte oeste de Estados Unidos), pero en 1936 ya estaban empezando a convertir sus negocios a este tipo de operación. Este paso significó el construir tiendas grandes y cerrar las pequeñas tanto como sea posible (Muldoon Juan y Servitje Daniel. 1984, pp.20-23).

En México, el crecimiento de la población provocó la gestación de cambios cualitativos en el comercio intra urbano de alimentos y empezaron a conformarse canales inéditos, como la aparición de los supermercados y las tiendas de autoservicio.

Durante el periodo 1940 - 1980 la población de México se triplicó, pasando a ser de 20 millones a 66 millones de habitantes aproximadamente. Tal magnitud de crecimiento impactó en el proceso de urbanización centralizado, debido a que se había sustentado en el modelo de industrialización por sustitución de importaciones. El Distrito Federal fue el primero en experimentar una rápida conurbación, incorporando paulatinamente hasta 30 municipios del Estado de México y uno del Estado de Hidalgo.

Algunos de los centros de abasto tradicional, como lo fue el mercado de La

Merced y un gran número de establecimientos asociados a este espacio comercial, ubicados en el Centro Histórico de la Ciudad de México quedaron cada vez a mayor distancia de los consumidores periféricos; las formas de acceso de nuevos barrios y colonias hacia los comercios centrales también resultaron más complicados, por lo que el abasto alimentario se expandió y surgieron nuevas concentraciones comerciales para satisfacer a una población en constante crecimiento.

Para los años cuarenta aparece en el Distrito Federal, la primera tienda de autoservicio (Sumesa en 1946) como una nueva opción de abasto de productos alimentario. El diseño original de este tipo de establecimiento comercial fue promovido por la iniciativa privada basándose en el modelo de tiendas departamentales surgidas en Estados Unidos y que se encargaban de vender alimentos, ropa y artículos para el hogar. Con el tiempo proliferaron los supermercados y tiendas de autoservicio, se puede afirmar que hasta finales de los años sesenta, la Ciudad de México y otras ciudades fueron abastecidas casi exclusivamente por el comercio tradicional, cuyos canales más representativos fueron los mercados públicos y las tiendas de barrio.

Rello y Sodi (1987) diferencian dos etapas en las formas de distribución minorista de alimentos en las ciudades en expansión. La primera en que la expansión de las ciudades, como el caso de la Ciudad de México hasta finales de los años sesenta, requieren una demanda de alimentos que es cubierta por el crecimiento cuantitativo del comercio tradicional que, aún en nuestros días, ha conservado su fisonomía y sus radios de acción. Una segunda etapa de la evolución del comercio minorista arranca a finales de la década de los setenta, permaneciendo hasta el momento actual, en que hay un crecimiento intensivo de tiendas con mayores superficies de venta, capital y surtido de mercancías, así como un aumento en su radio comercial y en su influencia sobre el sistema urbano. Aunque las primeras tiendas de autoservicio y supermercados que aparecieron en México fueron exclusivamente de capital privado, posteriormente el estado y el sector social

constituyeron agentes importantes en la expansión del comercio moderno, toda vez que participaron en la creación de tiendas oficiales y sindicales bajo la modalidad de autoservicio y que vendían gran variedad de productos, algunos de ellos subsidiados o a bajo precio, como las tiendas del ISSSTE.

La característica distintiva de los supermercados y tiendas de autoservicio se basa en que conforman establecimientos comerciales utilizando economías de escala para abatir costos de intermediación y precios al consumidor. Poseen un alto grado de inversiones de capital y utilizan servicios y conocimientos altamente especializados de mercadotecnia, administración y finanzas. Cuentan con alto grado de desarrollo tecnológico que les permite realizar un gran volumen de ventas y formas de maximizar sus ingresos y utilidades (Delgadillo Macias Javier y Gasca Zamora José.1993, p. 247).

Los supermercados y tiendas de autoservicio se pueden clasificar atendiendo su tamaño, superficie de venta, radio de influencia y tipo de propiedad, como se puede ver en el siguiente cuadro.

Cuadro 1
Criterios de clasificación de los supermercados

Tamaño del establecimiento	Superficie de venta (m ²)	Radio de influencia (mts)	Tipo de propiedad	Ejemplo de tienda
Minisupers o Autoservicio barrial	100-150	400	Público	Tienda B ISSSTE
			Privado	Oxxo, Súper 7
Pequeños supermercados independientes o en cadena	150-500	800	Público	Tienda A ISSSTE
			Privado	La Luna
Grandes supermercados	2,000-3,000	1500	Público	Tiendas UNAM
			Privado	Sumesa
Grandes cadenas de autoservicio (hipermercados)	Hasta 10,000		Privado	Gigante. Wal-Mart. Com. Mexicana.

Fuente: Rello, Fernando y Demetrio Sodi, Abasto y distribución de alimentos a las grandes metrópolis y, El abasto alimentario en las regiones de México.

Para finales de la década de los setenta y hasta la fecha, los supermercados y autoservicios entraron en un proceso acelerado de crecimiento y movilidad interurbana. De esta manera se han desplazado a regiones y ciudades que ya constituían mercados atractivos, bien sea por su alta densidad demográfica o por su elevado nivel de ingresos y hábitos alimenticios congruentes con el tipo de productos que distribuyen los autoservicios.

La saturación comercial relativa de las grandes ciudades y la expansión de las principales cadenas de autoservicio en busca de mayores cuotas de mercado, dio como resultado que las ciudades medias se convirtieran en los centros más atractivos para la penetración de nuevos autoservicios y supermercados.

A mediados de los años ochenta, el panorama para el comercio detallista en México no podía ser más que halagüeño. El sector vivió una importante recomposición adelantándose a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC), gozaba de buenas posiciones para crecer y estaba a la vanguardia tecnológica. Los años noventa trajeron una serie de alianzas que terminaron por delinear el perfil actual de las tiendas de autoservicio.

Las grandes cadenas de autoservicio privadas de nuestro país adoptaron diversas estrategias para enfrentar los retos del TLC. Destacó la asociación con similares firmas comerciales de Estados Unidos; por ejemplo Aurrerá con Wal-Mart y Comercial Mexicana con Price Club. Estos procesos de Join Ventures⁸, establecieron que cada país debía aportar el 50 % del capital para realizar nuevas inversiones. Estas alianzas significaron para las cadenas mexicanas nuevas formas de financiamiento y complementación para expandirse en busca de nuevos espacios y mayores cuotas en el mercado mientras que para las firmas estadounidenses la asociación les permitió penetrar por primera vez en el mercado mexicano. Entre 1992 y 1993 surgieron las primeras tiendas como

⁸.- Join Ventures: son alianzas interfirmas nacionales y/o extranjeras en inversiones de riesgo, que se realiza también con los gobiernos en la reorganización de la producción mundial.

resultado de las asociaciones antes señaladas. Sam's Club y Price Club, orientadas a controlar el mercado a partir del sistema de membresías y sistemas de impacto de precios, buscando sustituir a las tradicionales tiendas de abarrotes.

Este tipo de comercios se encuentran distribuidos principalmente en avenidas de mayor circulación, ya que esta característica facilita la accesibilidad del público consumidor. Un ejemplo es Comercial Mexicana "Rojo Gómez", cuya tienda se encuentra ubicada en la avenida Javier Rojo Gómez (ver mapa 1). Actualmente existen otras variantes del supermercado que hacen hincapié en el precio, aunque algunos más se orientan a dar un mejor servicio o una mayor comodidad (Bassols A., Torres F., Delgadillo J.1994, pp.131-175).

2.3.1.- Las Tiendas de Conveniencia. Aunque el supermercado se convirtió rápidamente en el comercio más socorrido por sus precios y surtido, contribuyó al desarrollo de otro tipo de tiendas que lo complementaban dando servicio a otros sectores. Desde tiempo atrás existían tiendas de barrio, localizadas en los centros de las ciudades o en zonas densamente pobladas, estas tenían poco o nada de espacio para estacionamiento y manejaban productos alimenticios y otros básicos, sus clientes por lo general acudían a la tienda a pie.

A finales de la década de los cincuenta, las tiendas de conveniencia aparecieron en el sur de Estados Unidos. Estos mini super presentan la ventaja de operar las 24 horas del día, lo que incide en la obtención de niveles importantes de ventas, ofrecen al cliente la posibilidad de comprar más rápidamente productos necesarios, los artículos tienen mejor accesibilidad y se evitan las colas y aglomeraciones.

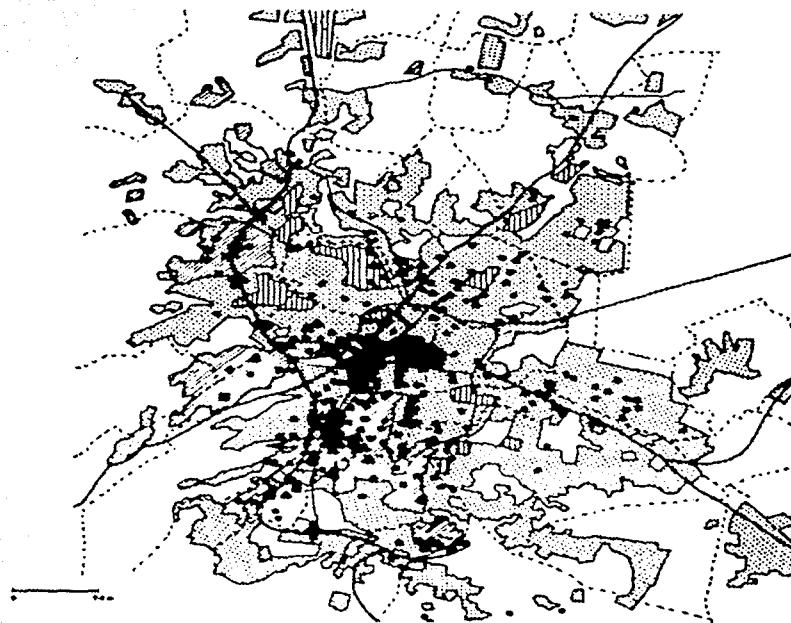
En México, las principales cadenas se integran en 3 grupos: Oxxo, Súper 7 y la

franquicia⁹ Circle K; estas 3 cadenas iniciaron sus operaciones originalmente en la ciudad de Monterrey y poco a poco se han ido extendiendo a otras partes de la Republica Mexicana, como el Distrito Federal y Guadalajara (Bassols A., Delgadillo J., Torres F. pp. 23 y 145).




Es indudable que empresas como Gigante, Comercial Mexicana y Aurrerá (de la cual hablaremos un poco más adelante) se han ganado un lugar en México con el paso de los años, expandiéndose poco a poco y tratando de llegar a todo tipo de consumidores; en todos los rincones del país hay otras tiendas de menor peso que intentan buscar y ganarse un lugar entre los consumidores como Soriana, una empresa que nació en el norte del país y que quiere escribir su propia historia de la cual el tiempo y sus dueños se encargaran de decir si logran su objetivo en un mercado que esta muy competitivo, ya que además de competir con las empresas antes mencionadas tienen que tomar en cuenta que empresas como Carrefour y Auchan están entrando en este mercado nacional con el fin de buscar el mismo objetivo.

⁹ .- El sistema de franquicias consiste en transferencias de marcas registradas, convenidas previamente, operadas por nacionales que desarrollan la comercialización de productos-paquete, generalmente de alta calidad, provenientes del país de origen de la franquicia.





Mapa 1
 Diferenciación espacial de los ingresos y equipamiento comercial, en la Ciudad de México.



Tipología de vivienda

-  Nivel alto y medio
-  Nivel medio y bajo
-  Zona industrial

Actividades comerciales

-  Distrito central de negocios y subcentros
-  Plaza comercial
-  Tienda de departamentos
-  Tienda grande de autoservicio

Basado en el mapa elaborado por Buró de Información de Mercados S.A. (BIZMA), México 1990.

Fuente: Gormsen, Erdmann y Klein Lupke Rainer " La plaza comercial en A.L., un nuevo patrón de metropolización", ponencia del coloquio: Grandes metrópolis de Africa y América Latina, Toulouse, 27-29, Noviembre de 1991.

En el mapa 1, se puede observar como se distribuye la actividad comercial y esta con el fin de llegar a todos los sectores económicos de la ciudad, pero se agrupan en áreas concretas. Por ejemplo el distrito central de negocios que es el motor de donde se mueven todas las actividades de las tiendas de autoservicio, Centros comerciales y tiendas de departamentos, se encuentran generalmente en el centro de la ciudad.

La gran mayoría de los Centros comerciales están relacionados con áreas de mayores niveles socioeconómicos de la ciudad. Los Centros comerciales (a excepción de Centro Comercial Galerías quien se encuentra en regiones de ingresos muy altos como es en la delegación Miguel Hidalgo), están ubicados en su mayoría, donde se encuentra población de ingresos altos y medios altos, como puede ser plaza Universidad en la delegación Benito Juárez (López Levi Liliana. 1997, p. 13).

Las tiendas de autoservicio se encuentran distribuidas en todos los sectores de la ciudad ya que con todos los formatos que existen de estas tiendas y que son: minisuper, hipermercados y supermercados les da la facilidad de ubicarse y llegar a todos los niveles socioeconómicos de la sociedad.

Las tiendas departamentales se ubican generalmente en medio de los Centros comerciales y los hipermercados, es decir en zonas donde hay población de ingresos medios y medio altos, debido a que el precio de los productos que aquí se exhiben son variados y hay un poco más de facilidad para adquirirlos que en un Centro comercial. Y por último los tianguis y mercados que se encuentran generalmente en colonias populares.

CAPÍTULO III

3.1. - Historia de Aurrerá.

La década de los años cuarenta significó un gran cambio para México, ya que en este periodo inicia una nueva etapa en la historia del comercio, creando con ello un cambio trascendental en la estructura distributiva, ya que además de existir el comercio detallista, el de mayoreo, los grandes mercados ambulantes y otros, provocaron que en la economía local se viera nacer un nuevo sistema de comercio el cual represento una nueva forma de operación mercantil moderna, surgiendo así las tiendas de autoservicio, las tiendas de departamentos, los centros comerciales, etc.; estas tiendas, que adquirieron auge y preponderancia debido principalmente a su sistema de autoservicio, son las que a través del tiempo fueron atrayendo a los consumidores.

En la década de los cincuenta, el país empezó a crecer económicamente y aún a aumentar mas su tasa demográfica. El desarrollo económico se mantuvo del modelo de sustitución de importaciones y de una fuerte atención al mercado interno cuya mayor concentración tenía su sede en la Ciudad de México. Así arrancó una etapa de acelerada expansión del área urbana, tanto por las necesidades de la economía como por las del propio crecimiento natural de la población y por el aumento de migración de las zonas rurales hacia la gran ciudad.

La ciudad se empezó a transformar; el crecimiento ya no sólo provenía de la aparición de nuevas colonias razonablemente planeadas, sino también por la demanda de vivienda que había; se multiplicó la oferta de nuevos fraccionamientos los cuales ya no ofrecían la calidad que otros tenían, se aceleró el fenómeno de expansión ilegal de tierras ejidales, que posteriormente se convirtieron en propiedades de la élite y las clases de mayores ingresos.

Durante esta década la actividad mercantil del Distrito Federal se caracterizó por que, la mayoría de los establecimientos comerciales se ubicaron en el centro de la ciudad, agrupados en zonas especializadas y por determinadas líneas de productos.

Un hecho importante dentro de esta etapa en la actividad mercantil, fue la creciente introducción de empresas extranjeras en el aparato comercial, esas empresas marcaron una nueva etapa en el desarrollo de los sistemas mercantiles y marcaron también el punto de partida de una verdadera revolución en los sistemas de comercialización, que aumentaron considerablemente las operaciones en el mercado nacional (Quintana Echegoyen Carlos.1993, p.135). Y precisamente dentro de esa revolución mercantil nace una empresa que con el tiempo se convertiría en una de las más importantes del país.

A fines de los años cincuenta Jerónimo Arango (español), después de haber visto en un viaje en Nueva York como se amontonaba la gente en una tienda que ofrecía grandes rebajas, decide explorar en México con la ayuda de sus hermanos Plácido y Manuel la fórmula de "Todo bajo un mismo techo". Y es así que el primero de diciembre de 1958, en las calles de Bolívar y Lucas Alamán en la Ciudad de México, en lo que hoy es la delegación Cuauhtémoc el cual había gente de clase media a media baja se construye la primera tienda de descuento llamándola Aurrerá que tiempo después es convertida al sistema de bodega (La palabra Aurrerá es una palabra vasca-española que significa adelante), esta tienda marcó la expansión del comercio moderno en la Ciudad de México (ya que anteriormente existía Sumesa, que se inauguró en 1946).



Figura 1

Esta es la primera tienda de los hermanos Arango inaugurada el primero de diciembre de 1958, hoy bodega Aurrerá Bolívar. En las calles de Bolívar y Lucas Alamán, en el centro histórico de la Ciudad de México.

En ese entonces, los hermanos Arango causaron sensación al ofrecer artículos domésticos y ropa a precios de hasta un 20% más baratos que los de las listas de manufactureros, lo que enfureció a los comercios ya establecidos, que vendían sus productos hasta un 40 o 45 % por arriba del precio. Esto trajo como consecuencia que se diera un cambio en la actitud del comerciante y el consumidor mexicano; en el caso del comerciante, este dejó atrás la actitud pasiva de esperar al cliente y adoptó el ejemplo de otros países que hacen del comerciante un elemento activo que va en busca del cliente incitándolo a una mayor y variada demanda, es decir, estableciendo políticas más agresivas de descentralización mercantil; en el caso del consumidor, fue dejando a un lado la idea de tener que ser despachado por el comerciante y adoptó el sistema de autoservicio; es decir, obtener los productos por sí mismo y solamente llegar a la caja registradora a pagar esos productos. Aunque en un principio esta forma de vender le costó trabajo a la población, poco a poco la fue aceptando.

Para la década de los sesenta aún cuando la urbanización seguía con su expansión hacia los cuatro puntos cardinales y, sobre todo, en amplias áreas del Estado de México, especialmente en la parte norte y noroeste del estado en

municipios como Naucalpan, Tlalnepantla. En 1960 específicamente en la delegación Benito Juárez, la empresa Aurrerá inaugura en el sur de la ciudad de México su primera tienda de autoservicio en lo que hoy es Avenida Universidad y Parroquia, el cual ofreció a la gente todo un supermercado completo, llegando a tener tal éxito que a dos semanas de inaugurada debió cerrar un día sus puertas para poder surtir sus anaqueles. Esta tienda de autoservicio benefició a la población de clase media alta a alta, la cual empezaba a poblar esta parte de la delegación Benito Juárez y que fue parte de la que se concentraba en el centro de la ciudad y emigró hacia esta parte del Distrito Federal que en aquel entonces estaba considerada como el límite urbano de la Ciudad de México.

En fecha muy cercana a la inauguración de este primer centro comercial, la empresa Aurrerá crea el primer supermercado ubicado en la calle de Río Sena en la delegación Cuauhtémoc el cual se llamo Superama.

Para 1964 nace Vips, una cadena de restaurantes y cafeterías que ofrece al público menús de comida variada, servicio rápido y calidad constante. La ubicación de cada una de las unidades Vips se determina en atención a núcleos de alta concentración residencial o de oficina donde este tipo de servicio es más necesario. Comúnmente Vips está presente en la mayor parte de los centros comerciales de Aurrerá los cuales permanecen abiertos la mayor parte del día.

En 1967, cuando la Ciudad de México seguía su expansión poblacional, nace la empresa Servicios Corporativos, con el objetivo de prestar servicio de asesoría y coordinación a las compañías integrantes del grupo Aurrerá, como complemento técnico a los equipos administrativos independientes de cada compañía, cuidando mantener una adecuada imagen de la organización.

Mientras esto sucedía se seguían inaugurando más tiendas Aurrerá, ya que la misma expansión de la población, la mancha urbana y el éxito de la empresa lo exigía así; por eso, después de Aurrerá Universidad, nace Aurrerá Lomas

ubicada al poniente del Distrito Federal, Buenavista al norte; Satélite en el Estado de México, al igual que Pirules al norte rumbo a Querétaro en Periférico, y que beneficiaron a la población que poco a poco se iba concentrando en esa parte del Área Metropolitana, llegada especialmente de los estados aledaños como Querétaro, Pachuca (Hidalgo) y otros puntos de la Ciudad de México, como Villa Coapa, Tlalpan, Taxqueña, Plateros, Aeropuerto en el oriente de la Ciudad de México en la delegación Venustiano Carranza, etc., hasta llegar a las 21 unidades con que llegó a contar la compañía.

Para 1970 se inicia la operación de Suburbia, una cadena de tiendas especializadas en ropa y accesorios de moda para toda la familia. En ese mismo año se da también el nacimiento de las Bodegas de Descuento Aurrerá las cuales nacen con el propósito de beneficiar a la gente de bajos recursos. Estas se fueron ubicando especialmente en las colonias populares tanto de la capital como del Estado de México; las Bodegas Aurrerá mantienen un equilibrio entre servicio y austeridad en inversiones y gastos de operación.

En 1972 Aurrerá se empieza a expandir a nivel nacional y en un periodo de 18 meses abre dos supermercados en Cuernavaca, centros Comerciales en Puebla y Toluca y un restaurante Vips en Acapulco. Durante 1977 Aurrerá realiza su primer oferta pública de acciones y en ese mismo año Aurrerá Lomas se convierte en Gran Bazar un nuevo concepto de tienda en el que se podía adquirir desde un alfiler hasta un velero. En 1979 Aurrerá abre su prima tienda de autoservicio en Guadalajara, siguiendo así su ambicioso plan de expansión geográfica.

En 1982, la compañía sigue con ese plan de expansión en todos los sectores comerciales e inaugura los restaurantes: La Finca, El Malecón y el primer restaurante de especialidades italianas llamado Toffanetti.

Durante esos años la compañía Aurrerá decide expandir su campo de acción

hacia otros sectores de la población y la parte oriente de la ciudad se beneficio con la llegada de Aurrerá Zaragoza ubicada en la Calzada Ignacio Zaragoza (Delegación Iztapalapa), en aquel entonces considerada como parte de los límites del Distrito Federal y que empezó a beneficiar a la población de pocos recursos tanto de Ciudad Netzahualcóyotl, como de las recientemente formadas colonias Tepalcates, Ejército de Oriente, Ejército Constitucionalista, por mencionar algunas. Tiempo después incursionan en la parte norte de la Ciudad de México y abren tiendas en Lindavista (Delegación Gustavo A. Madero) y Aragón en el Estado de México (ver mapa 2 al 8).

En 1985 la compañía Aurrerá quería tener un lugar propio en donde almacenar y distribuir sus productos a todas sus tiendas y por eso se constituye Indalmex como una empresa independiente llegando a ser el centro de distribución que la empresa Aurrerá deseaba y en el cual se encuentran grandes volúmenes de mercancías del área de perecederos; actualmente el nombre de Indalmex se ha cambiado por el de "Centro de Distribución".

Durante este periodo los señores Arango crean un concepto en el cual pudieran aglutinar todas sus tiendas y es así como nace C1FRA, que significa Compañía numero 1 en Farmacias, Restaurantes y Autoservicios, es decir CIFRA; en un principio este concepto lo integraron los restaurantes Vips y las tiendas Gran Bazar (ya desaparecidas).

En 1989 nace SIGLA empresa especializada en bienes raíces que administra y desarrolla proyectos inmobiliarios de tipo comercial.

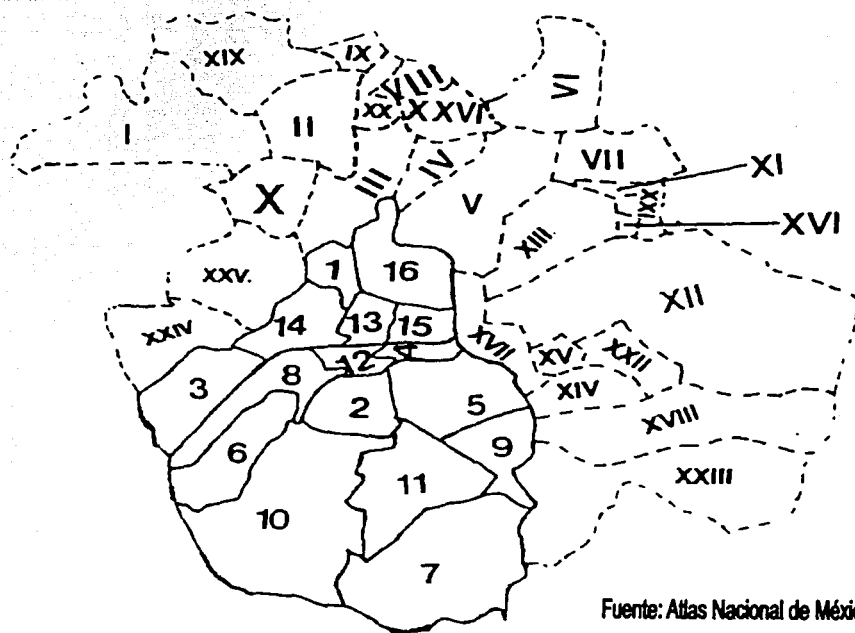
En 1991 motivados por la apertura comercial, numerosas compañías norteamericanas desearon asociarse con empresas similares mexicanas. De ahí surge la asociación de Cifra, primera empresa comercial de México, con Wal-Mart, el detallista más importante de Estados Unidos. El primer Club Aurrerá (Sam's) se inaugura ese año y con ello empieza una asociación progresiva con

cada uno de los negocios de Cifra. En 1992 las tres tiendas Gran Bazar se convierten en las primeras Wal-Mart supercenters.

En 1993 se construye e inaugura la primera tienda Wal-Mart supercenter al oriente de la Ciudad de México, en la Delegación Iztapalapa, y en 1997 la compañía Aurrerá se fusiona con Cifra y Wal-Mart Store le entrega toda la operación de Cifra y adquiere el 51% de las acciones de Cifra y en febrero del año 2000 el nombre de Cifra-Wal-Mart, cambia al de Wal-Mart de México, S.A de C.V.

ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Mapa 2

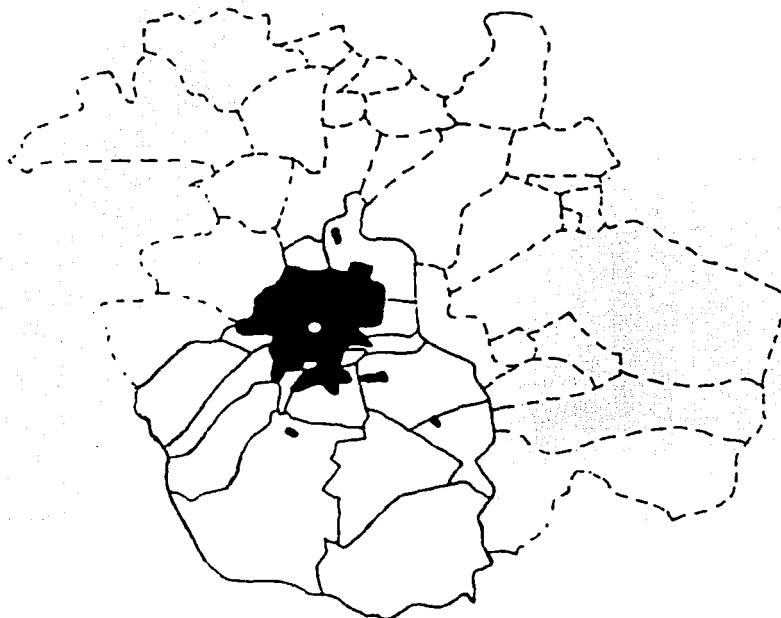


Fuente: Atlas Nacional de México

1.- Azcapotzalco	12.- Benito Juárez	VII.- Acolman	XVIII.- Ixtapaluca
2.- Coyoacán	13.- Cuahutémoc	VIII.- Nexpanlla	XIX.- Cuautitlán Izcalli
3.- Cuajimalpa de Morelos	14.- Miguel Hidalgo	IX.- Melchor Ocampo	XX.- Cuautitlán
4.- Iztacalco	15.- Venustiano Carranza	X.- Atizapán de Zaragoza	XXI.- Chiahutla
5.- Iztapalapa	16.- Gustavo A. Madero	XI.- Tezoyuca	XXII.- Chicoloapan
6.- Magdalena Contreras	*I.- Nicolás Romero	XII.- Texcoco	XXIII.- Chalco
7.- Milpa Alta	II.- Tultitlán	XIII.- Atenco	XXIV.- Huixquilucan
8.- Álvaro Obregón	III.- Tlalnepantla	XIV.- La Paz	XXV.- Naucalpan
9.- Tláhuac	VI.- Coacalco	XV.- Chimalhuacán	
10.- Tlalpan	V.- Ecatepec	XVI.- Chiconcuac	
11.- Xochimilco	VI.- Tecamac	XVII.- Netzahualcóyotl	

*.- Estado de México

Mapa 3
Expansión física del área metropolitana en la década de los años cincuenta



Tiendas Aurrerá que aparecen en los años cincuenta

Área Urbana ■

Aurrerá Bolívar ○

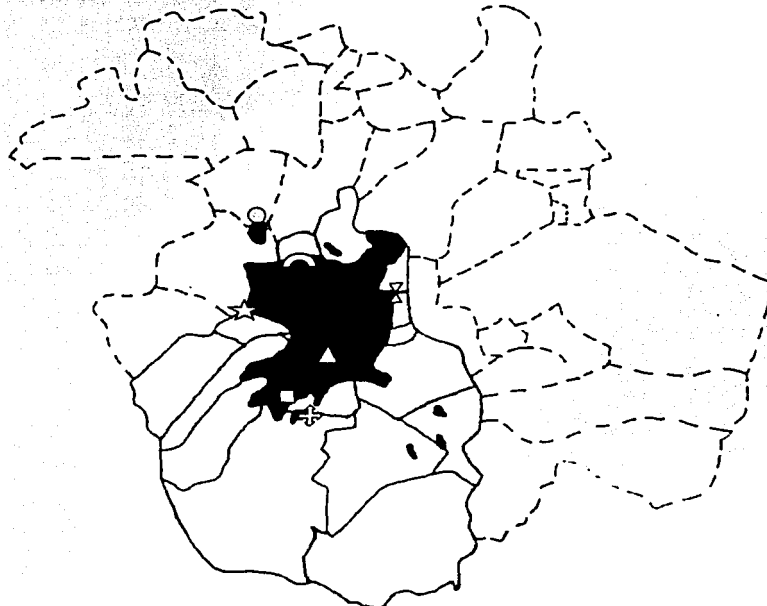
Fuente: M. Ward Peter. 1991, p. 67

La década de los cincuenta, estuvo caracterizada, por el desarrollo y crecimiento de la economía nacional en la Ciudad de México, la mancha urbana empezaba a crecer, durante ese tiempo hace su aparición la primera tienda Aurrerá, la cual se ubicó en las calles de Bolívar y Lucas Alamán.

Durante esa década en la Ciudad de México había 12 delegaciones y un departamento central. El área urbana era de 146 Kilómetros cuadrados y había 3,170193 habitantes aproximadamente (Gamboa de Buen Jorge. 1994, p.160).

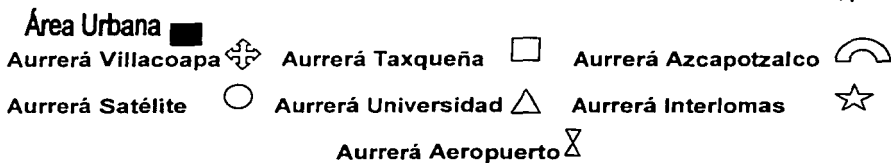
Mapa 4

Expansión física del área metropolitana en la década de los años sesenta



Tiendas Aurrerá que aparecen en los años sesenta

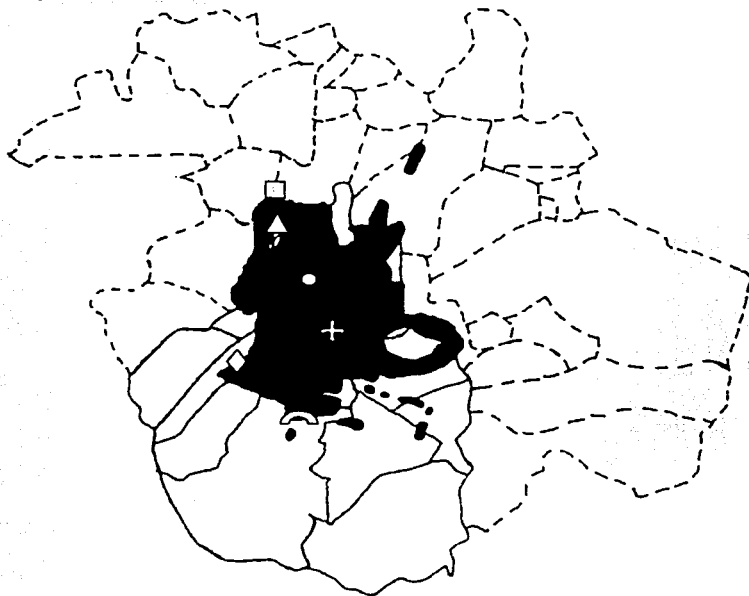
Fuente: M. Ward Peter. 1991, p. 67



Para la década de los años sesenta, se inicia la conurbación con el Estado de México, en el Distrito Federal la mancha urbana sigue su expansión hacia la parte sur penetrando a la delegación Tlalpan.

Mientras esto sucedía en el entorno del área metropolitana, la empresa Aurrerá empieza a crecer debido a los resultados obtenidos en su primera tienda y decide expandirse hacia el sur de la ciudad y por primera ocasión penetra al Estado de México, durante este periodo el área urbanizada era de 223 km., cuadrados y contaba con 4,870 848 habitantes aproximadamente (Gamboa de Buen Jorge. 1994, p.160).

Mapa 5
Expansión física del área metropolitana en la década de los años setenta



Tiendas Aurrerá que aparecen en los años setenta

Área Urbana ■

Aurrerá Tlalpan ⊕

Aurrerá Pirules □

Aurrerá Plateros ◇

Aurrerá Perisur ⤴

Fuente: M. Ward Peter. 1991, p. 67

Aurrerá Echegaray △

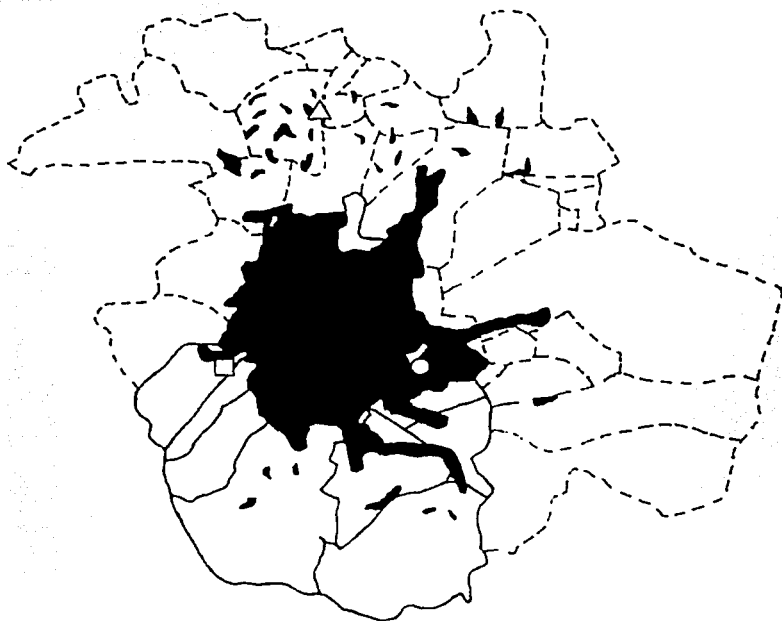
Aurrerá Buenavista ○

La década de los setenta se caracterizó por la expansión de la mancha urbana hacia el Estado de México y el acelerado aumento de población que se empezaba a registrar.

Durante esta década Aurrerá también sigue con su etapa de expansión e inaugura tiendas en colonias que apenas se empezaban a desarrollar tanto del Distrito Federal como del Estado de México, tratando de llegar a toda clase de consumidores.

Para este periodo desaparecen los 12 cuarteles existentes y la Ciudad de México se divide en las 16 delegaciones que existen actualmente. El área urbanizada hasta ese entonces era de 384 Km cuadrados y con un total de 6,874 165 habitantes aproximadamente (Gamboa de Buen Jorge. 1994, p.160).

Mapa 6
Expansión física del área metropolitana en la década de los años ochenta



Tiendas Aurrerá que aparecen en los años ochenta

Área Urbana ■

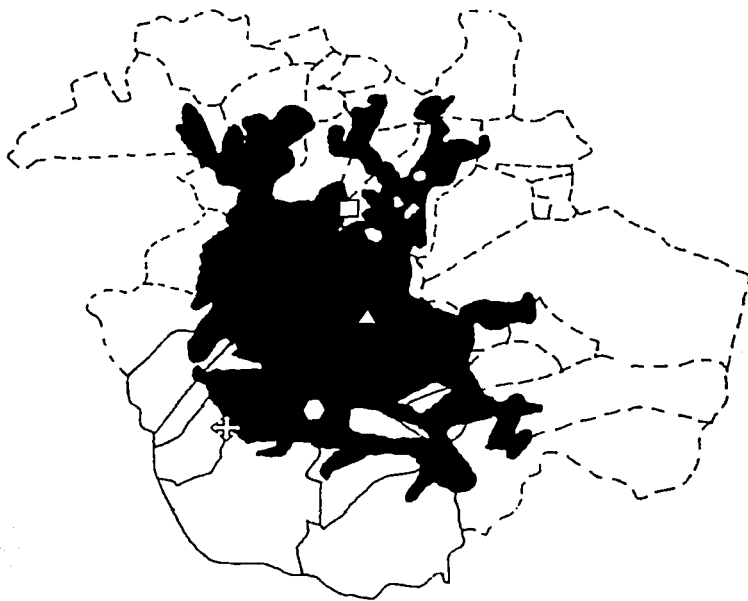
Fuente: M. Ward Peter. 1991, p. 67

Aurrerá Zaragoza ○ **Aurrerá Cuautitlán** △ **Aurrerá Cuajimalpa** □

Para la década de los ochenta se consolida la mancha urbana en el Distrito Federal y sigue su expansión en el Estado de México, el área urbanizada hasta ese momento es de 750 Km² y hay 8, 831 079 habitantes aproximadamente (Gamboa de Buen Jorge. 1994, p.161).

Durante esta década Aurrerá solamente inaugura 3 tiendas, las cuales se ubicaron en la periferia del entonces Distrito Federal y Estado de México.

Mapa 7
Expansión física del área metropolitana en la década de los años noventa



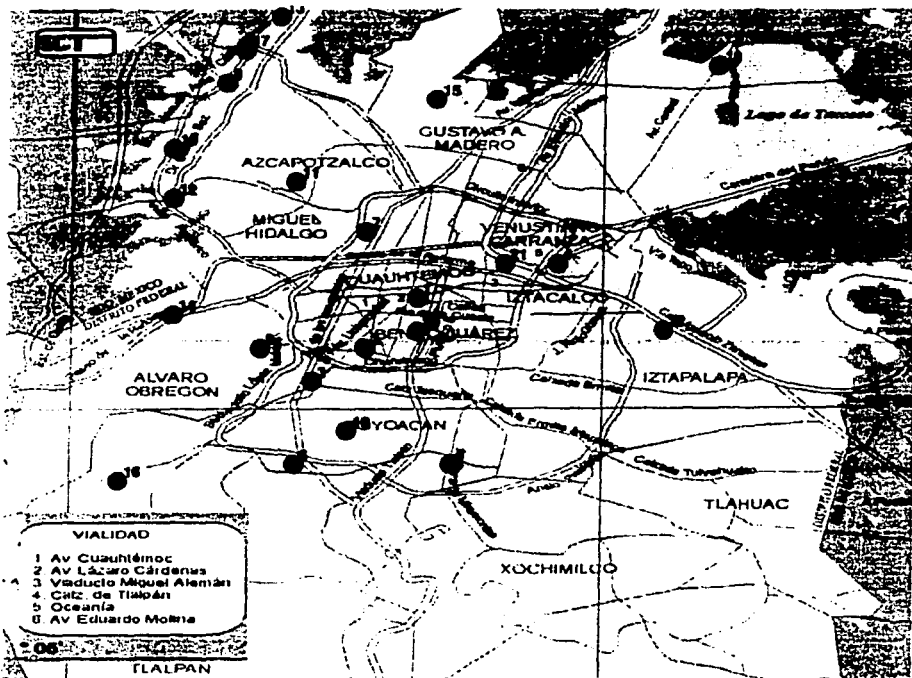
Tiendas Aurrerá que aparecen en los años noventa

- Área Urbana** ■ **Fuente: M. Ward Peter. 1991, p. 67**
- Aurrerá Las Águilas** ⊕ **Aurrerá Plaza Aragón** ○ **Aurrerá Cantil** ⬡
- Aurrerá Balbuena** △ **Aurrerá Torres Lindavista** □

La década de los años noventa, marcó la consolidación de la mancha urbana en gran parte del área metropolitana.

Por su parte Aurrerá se afianzó como una empresa importante e inaugura lo que serían sus últimas tiendas con este nombre, ya que durante esta década los dueños de la empresa Aurrerá se asocian con Wal-Mart Estados Unidos, creándose con esto una nueva etapa en la historia de esta empresa.

Mapa 8
Ubicación Geográfica de la 22 tiendas Aurrerá (hoy Wal-Mart) en el área metropolitana.



Fuente: Trace-sc/maps. 1998, <http://www.trace-sc/maps.com>

1.- Bolívar	8.- Satélite	15.-Torres Lindavista	
2.- Universidad	9.- Plateros	16.- Las Águilas	
3.- Taxqueña	10.- Echegaray	17.- Pirules	
4.- Aeropuerto	11.-Azcapotzalco	18.-Plaza Aragón	22.- Zaragoza
5.-Villa Coapa	12.- Interlomas	19.- Cantil	
6.- Perisur	13.- Cuautitlán	20.- Tlalpán	
7.- Buenavista	14.- Cuajimalpa	21.- Balbuena	

Fuente: Información proporcionada por los empleados de la empresa Wal-Mart de México.

3.2. - El Grupo Cifra- Wal-Mart.

Wal-mart es la más grande cadena del negocio detallista en Estados Unidos, con más de 2800 tiendas de distinto formato en la Unión Americana y más de 700 en países como Canadá, Alemania, Argentina y China. Originaria de Arkansas, su facturación anual es del orden de 137,600 millones de dólares. Su llegada a México, que coincide con el arribo de otras cadenas extranjeras, ocurre en el ocaso de la apertura comercial del país y en momentos en que la "economía mexicana se percibía al borde de un espectacular despegue" según (Ramírez Tamayo Zacarías.1999, p. 31).

En Cifra, Wal-Mart pudo encontrar a una compañía privada, con importante presencia en el mercado y algo menos usual, acostumbrado a vivir y crecer sin deudas. A pesar de tener cosas en común, desde un principio quedó claro que la nueva pareja optaría por conducirse con cierta cautela.

La fusión definitiva estuvo precedida de un periodo de familiarización que duró cerca de seis años y que arrancó con la creación en julio de 1991, de una entidad mixta, mitad Wal-Mart y mitad Cifra, que se encargaría de administrar el crecimiento de la sociedad.

El primer vástago surgido de esta unión entre Wal-Mart Holding Company México (WMHCM) y Cifra Mart fue la tienda de semimayoreo Sam's Club, ubicada al poniente de la Ciudad de México e inaugurada el mismo año del acuerdo. Para ampliar la alianza se estableció meses más tarde una segunda compañía y los socios establecieron que las tiendas que se abrieran en México bajo el "concepto Wal-Mart", lo cual incluía a los supercenter, serían manejadas por la empresa conjunta, lo mismo que aquellas que abriera Cifra después de mayo de 1992.

Las cosas comenzaban a cobrar forma con este paso, sobre todo porque la gama de formatos de tienda hacía de la sociedad un peligroso y renovado competidor. Pero el acuerdo no llegaba más allá del autoservicio y Cifra era más que eso. Fuera de esa alianza, la firma mexicana continuaba con la operación normal de la cadena de restaurantes Vips y las tiendas departamentales Suburbia, dos de sus negocios más rentables. Conforme al plan preestablecido, en el que la fusión se vislumbraba como "la conclusión deseable" de una paciente relación, en 1994 Cifra incorporó al acuerdo a Vips y Suburbia.

Parecía un paso más, pero significaba que en adelante Cifra ya no seguiría su propio camino, como lo había hecho durante más de 36 años, sino que unía su destino a los planes de un socio descomunamente más fuerte.

En un determinado momento, la crisis de 1995 pareció dar por terminada la relación de Cifra con Wal-Mart, ya que la caída del consumo en todos los campos obligó a los ejecutivos de Wal-Mart a reconsiderar su estrategia en México como dice Francisco Chévez del grupo Salomón Smith Barney, o cuando menos a "llevarse la con calma".

Sin embargo, había un aliciente para continuar con su plan original; al contrario de otras cadenas Cifra sí disponía del dinero para cooperar en la expansión. Y es en 1997 cuando se concreta la unión de estas empresas, intercambiando Wal-Mart su participación original del 50 % en la sociedad por una de 33 % en Cifra. Simultáneamente, a través de una oferta pública, la cadena estadounidense adquirió en 1 200 millones de dólares el monto adicional de acciones para obtener 51 % de éstas y con ello el control de la compañía. Las empresas que formaban el Joint Venture desaparecieron para dar lugar a una sola entidad, que conservó el nombre de Cifra y se convirtió en la filial en México de la cadena más grande de Estados Unidos. El matrimonio estaba consumado según la ley, pero en la práctica quedaban cosas por resolver: durante el proceso de alianza, en el que según fuentes de la compañía, Wal-Mart apostó 2 000 millones de dólares,

aparecieron problemas que se hacían cada vez más evidentes.

Fiel a su receta, Wal-Mart llegó a aplicar en México su modelo de tienda estándar que no considera las peculiaridades de otros mercados, en lo relativo a formatos y diseño en las tiendas. Aunque este desatino no adquirió las mismas dimensiones que en Brasil, por ejemplo, donde Wal-Mart tuvo amargas experiencias obligó a realizar ajustes en el equipo directivo y a redefinir la configuración interna de las tiendas.

Y uno de esos ajustes del equipo directivo es la salida de Gilberto Pérezalonso de la dirección de administración y finanzas a principios de 1998, siendo el hecho más importante y simbólico de la falta de entendimiento entre los estilos estadounidense y mexicano de conducir el negocio de autoservicio como dice Alfredo Guillén, analista de Interacciones.

Durante 1998 los directivos americanos de Wal-Mart se mantuvieron suficientemente ocupados en la consolidación fiscal y administrativa de la compañía, lo que en otras palabras significaba resolver la duplicidad heredada de los tiempos de la asociación, a fin de que un solo equipo directivo se hiciera cargo de dar servicio a todos los negocios de Cifra. Wal-Mart decidió dejar este trabajo en manos de ejecutivos formados en la cadena mexicana.

Este fue un periodo de poco crecimiento para el negocio comercial, sin embargo, las tiendas Aurrerá y Superama adoptaron el concepto de inventarios de Wal-Mart, con lo que un cúmulo de información que detalla "los hábitos de venta" en cada uno de sus establecimientos es enviada vía satélite a una central en Estados Unidos. Estos cambios alcanzaron al señor Jerónimo Arango fundador de Cifra, que para el mismo año de 1998 dejó la presidencia del consejo de administración para ir a ocupar un asiento en el consejo de Wal-Mart Stores, en Arkansas (Estados Unidos).

El mercado no había contribuido al despegue de la filial y el débil poder de compra de los salarios en México debilitaba sus resultados, particularmente en la segunda mitad de 1998; sin embargo la pretensión era aumentar la capacidad instalada en 10 % en 1999, con 38 nuevos establecimientos de todos sus negocios, a lo que destinaron 2,129 millones de pesos e inaugurándose cinco bodegas Aurrerá, tres Sam's Club, tres tiendas Aurrerá, dos Superama, siete tiendas de ropa Suburbia y dos establecimientos Liquidaciones, así como veintitrés restaurantes (Vips, El Portón, etc.), llegando de esta forma a tener un incremento de capacidad de un 8 % en metros cuadrados y de un 13 % en números de asientos de restaurantes (Godínez Quezada Eduardo. 2000, pp. 404-405).

El 4 de octubre del año 2000 la empresa firmó un acuerdo con la cadena comercial De Todo para la adquisición de sus dos establecimientos comerciales, los cuales se encuentran en la Ciudad de México y tienen una superficie total de piso de venta de 17 000 m² y que en noviembre de ese año fueron convertidos al formato de negocio Wal-Mart Supercenter.

Para los inicios de 2001, los socios mayoritarios del Grupo Cifra-Wal-Mart, deciden convertir los 36 almacenes Aurrerá en formato de bodega y supermercado desapareciendo así sus tiendas. De las tiendas que tienen ubicadas en el Área Metropolitana, solamente las que registran un alto régimen de ventas se convierten en Wal-Mart como, son; Aeropuerto, Plateros, VillaCoapa, Taxqueña, Buenavista, Balbuena, Echegaray, Pirules, Azcapotzalco, Satélite, Universidad, Perisur e Interlomas, y las que venden poco se están convirtiendo en Bodegas Aurrerá como; Zaragoza, Bolívar, Torres Lindavista, Cuautitlán, Cuajimalpa y Cantil.

Esta decisión se tomó con el propósito de contar con un sólo formato de hipermercados. De esas tiendas 22, fueron convertidas al formato Wal-Mart Supercenter, nueve a bodegas Aurrerá, ^{2H} una a Suburbia y cuatro a Superama.

Además; la empresa piensa invertir 5 mil millones de pesos para la apertura de más tiendas de todos los formatos, son decir planea abrir siete Sam's Club, quince bodegas Aurrerá, ocho Wal-Mart Supercenter, siete Superama, cuatro Suburbias y 22 restaurantes. Intentando incrementar en 14 % su capacidad instalada. Así mismo pretende convertir nueve bodegas Aurrerá uno en Superama y ocho en Supercenter (Ugarte Jesús. 2001, p. 5).

Al 31 de diciembre de 2001 la empresa cuenta con 62 tiendas Wal- Mart en toda la Republica Mexicana, como se puede ver en el mapa 9.

En el siguiente cuadro se puede observar cuales tiendas de Aurrerá se han transformado en Wal-Mart y cuales al formato de bodega y la década en que se inauguraron.

Cuadro 2

Fecha de inauguración (década)	Tiendas Aurrerá	Bodegas Aurrerá	Wal- Mart.
Cincuenta	Bolívar	X	
Sesenta	Aeropuerto		X
	Azcapotzalco		X
	Interlomas		X
	Satélite		X
	Universidad		X
	VillaCoapa		X
Setenta	Taxqueña		X
	Buenavista		X
	Echegaray		X
	Perisur		X
	Pirules		X
	Plateros		X
Ochenta	Tlalpan		X
	Cuajimalpa	X	
	Cuautitlán	X	
Noventa	Zaragoza	X	
	Balbuena		X
	Cantil	X	
	Las Águilas	X	
	Plaza Aragón		X
	Torres Lindavista	X	

Fuente: Estos datos fueron obtenidos por empleados de la empresa Wal-Mart de México.

3.3. – La organización del grupo Cifra-Wal-Mart y su distribución en el territorio nacional.

Cifra-Wal-Mart, en una de las empresas dedicada al negocio de tiendas de autoservicio que con el paso del tiempo se ha convertido en una de las más importantes en nuestro país, y dicho esto por analistas en la materia. Cuenta con la mayor gama de formatos, buscando llegar a todos los segmentos de consumidores y de los cuales haremos mención de algunos de ellos y sus respectivas características:

3.3.1.- Bodega Aurrerá: las bodegas Aurrerá son tiendas austeras de 5 100 metros cuadrados de piso de ventas, que nacieron en 1970 como un apoyo para la gente de medios y bajos recursos. Estas tiendas ofrecen productos básicos a poblaciones con ingresos como los antes mencionado, le dan la facilidad al consumidor de adquirir mercancía en cajas. Durante el año 2001 se han abierto dos unidades y se han convertido cinco tiendas Aurrerá a bodega, con lo que hasta el mes de diciembre del año antes mencionado, se cuenta con 105 bodegas distribuidas en toda la República Mexicana (ver mapa 9 y cuadro 4).

3.3.2.- Suburbia: son tiendas departamentales que nacieron en 1970 para personas con ingresos medio y medio bajo, que se especializan en vender ropa y accesorios de moda para toda la familia, pero poniendo gran énfasis en la juventud y con una gran participación de productos de marca propia.

Durante el año se ha abierto una de estas tiendas Suburbia con lo que hasta el 31 de diciembre de 2001 se cuenta con 54 unidades distribuidas en gran parte de la República Mexicana; Suburbia ofrece la moda actual con la mejor relación, precio-calidad (ver mapa 10 y cuadro 5).

3.3.3.- Superama: son supermercados localizados fundamentalmente en las zonas residenciales de la Ciudad de México, que ofrecen a los clientes productos

de abarrotes y perecederos satisfaciendo, por el lugar en donde se encuentran ubicadas las necesidades específicas de una comunidad.

Durante este año se han abierto dos unidades con lo que se cuenta con 44 Superamas al 31 de diciembre de 2001 y ubicados 39 en la zona metropolitana de la Ciudad de México, 4 en la Ciudad de Cuernavaca y una en la Ciudad de Puebla (ver mapa 9 y cuadro 6).

3.3.4. – Vips: en 1964, por la zona norte de la Ciudad de México, nació el primer negocio de alimentos de la empresa Aurrerá que tiempo después se expandió a toda la República Mexicana. Vips, es una empresa que maneja una cadena de restaurantes a lo largo de las más importantes arterias urbanas, en Centros Comerciales Aurrerá y en áreas de gran concentración residencial o de oficinas y ofrece comida nacional e internacional; estos restaurantes son conocidos por su servicio, calidad, precio y localización que están dirigidos a todos los niveles de ingresos.

Durante el año 2001 se abrieron ocho restaurantes, con lo que se cuenta con 242 al 31 de diciembre y están distribuidos en gran parte de la República Mexicana (ver mapa 10 y cuadro 7).

3.3.5.- Sam's Club: estas son tiendas de venta al mayoreo con membresía enfocadas a negocios y a socios individuales. Estas tiendas hicieron su aparición a principios de los años noventa y hasta el 31 de diciembre de 2001 se han abierto 46 Sam's Club, en las ciudades de Monterrey, Tampico, Culiacán, Hermosillo, Mazatlán, Mexicali, Tijuana, Aguascalientes, Cuernavaca, Guadalajara, León, Pachuca, Querétaro, San Luis Potosí, Toluca, Durango, Veracruz, Chihuahua, Mérida, Villahermosa, Coahuila, Acapulco y Tuxtla Gutiérrez, entre otras (ver mapa 10 y cuadro 8).

Además de estas compañías que integran el grupo Cifra-Wal-Mart, existen otras como por ejemplo las llamadas tiendas de Liquidaciones Suburbia las cuales están destinadas a vender ropa con descuento para consumidores de bajos recursos, de estas tiendas sólo hay nueve en toda la República Mexicana.

3.3.6.- Los Centros de Distribución: es aquí donde se concentran grandes volúmenes de mercancías del área de perecederos y su labor es verificar y seleccionar los productos que los proveedores entregan para después distribuirlos en Aurrerá, Superama y Bodega Aurrerá.

Existe además otra gama de restaurantes con diferentes tipos de comida y esos son El Portón, La Finca, El Malecón, Restaurantes Italianos y su dinámica cadena de franquicias en toda la República Mexicana.

Complementando a todas las compañías antes mencionadas, cuentan con Comercializadora México Americana (C.M.A), la cual es una empresa que esta dedicada al intercambio comercial entre México y el resto del mundo.

El papel que ha tenido en México la empresa Wal-Mart ha sido importante, a tal grado de estar considerada como una de las mejores empresas en el primer semestre del año 2000 con ingresos mayores que los de sus competidores, como Gigante, Soriana y Comercial Mexicana (Grupo Financiero Banamex-Accival en agosto del año 2000).

Distribución geográfica de todas las tiendas Wal-Mart en la República Mexicana

Cuadro 3

Centro *	Norte *	Noroeste *	Sureste *
Aguascalientes 1	Chihuahua 1	Ciudad Obregón 1	Cancún 1
Colima 1	Ciudad Juárez 1	Culiacán 1	Mérida 1
Guadalajara 4	Durango 1	Hermosillo 1	Veracruz 1
León 1	Saltillo 1	Los Mochis 1	Villahermosa 2
Morelia 1	Torreón 2	Mexicali 1	Xalapa 1
Puebla 3	Zacatecas 1	Tepic 1	
Querétaro 1	Noreste *	Suroeste *	
San Luis Potosí 1	Monterrey 2	Acapulco 1	
Toluca 1	Tampico 1	Zona Metropolitana	25 tiendas

*.- Numero de tiendas

Distribución geográfica de todas las tiendas Bodega Aurrerá en la República Mexicana

Cuadro 4

Centro *	Zona Metropolitana 56 tiendas
Aguascalientes 3	Norte *
Celaya 2	Fresnillo 1
Cuautla 1	Saltillo 1
Cuernavaca 1	Noreste *
Guadalajara 6	Monterrey 2
Irapuato 2	Suroeste *
Lázaro Cárdenas 1	Acapulco 3
La Piedad 1	Iguala 1
León 1	Tapachula 1
Morelia 1	Tuxtla Gutiérrez 2
Pachuca 1	Sureste
Puebla 8	Córdoba 1
Querétaro 2	Veracruz 1
Salamanca 1	
San Juan del Río 1	
San Luis Potosí 2	
Tehuacan 1	
Toluca 1	

*.- Numero de tiendas

Distribución geográfica de todas las tiendas Suburbia en la República Mexicana

Cuadro 5

Centro *	Norte *	Zona Metropolitana 30
Aguascalientes 1	Chihuahua 1	
Guadalajara 4	Noreste *	
Morelia 1	Monterrey 3	Sureste *
Puebla 4		Mérida 1
Querétaro 1		Veracruz 1
Toluca 3		Villahermosa 1

*.- Numero de tiendas

Distribución geográfica de todas las tiendas Superama en la República Mexicana

Cuadro 6

Zona Metropolitana	39	Centro	*
		Cuernavaca	4
		Puebla	1

*.- Numero de tiendas

Distribución geográfica de todas las tiendas Vips en la República Mexicana

Cuadro 7

Centro	*	Norte	*	Noroeste	*	Suroeste	*
Aguascalientes	2	Chihuahua	1	Ciudad Obregón	1	Acapulco	5
Colima	1	Ciudad Juárez	1	Culiacán	1	Franquicias	*
Cuernavaca	4	Durango	2	Hermosillo	1	Ciudad Madero	1
Guadalajara	7	Saltillo	2	Mazatlán	1	Ciudad Victoria	2
Irapuato	1	Torreón	1	Mexicali	1	Coatzacoalcos	1
Morelia	4	Zacatecas	2	Tijuana	2	Celaya	1
Pachuca	2	Noreste	*	Sureste	*	Guadalajara	1
Puebla	10	Monterrey	11	Cancún	2	León	2
Querétaro	4	Reynosa	1	Mérida	2	Mérida	1
San Luis Potosí	1	Tampico	1	Veracruz	1	Oaxaca	1
Toluca	5			Villahermosa	5	Tuxtla Gutierrez	1
						Veracruz	2
Zona Metropolitana	141	restaurantes				Xalapa	1

*.- Numero de restaurantes

Distribución geográfica de todas las tiendas Sam's Club en la República Mexicana

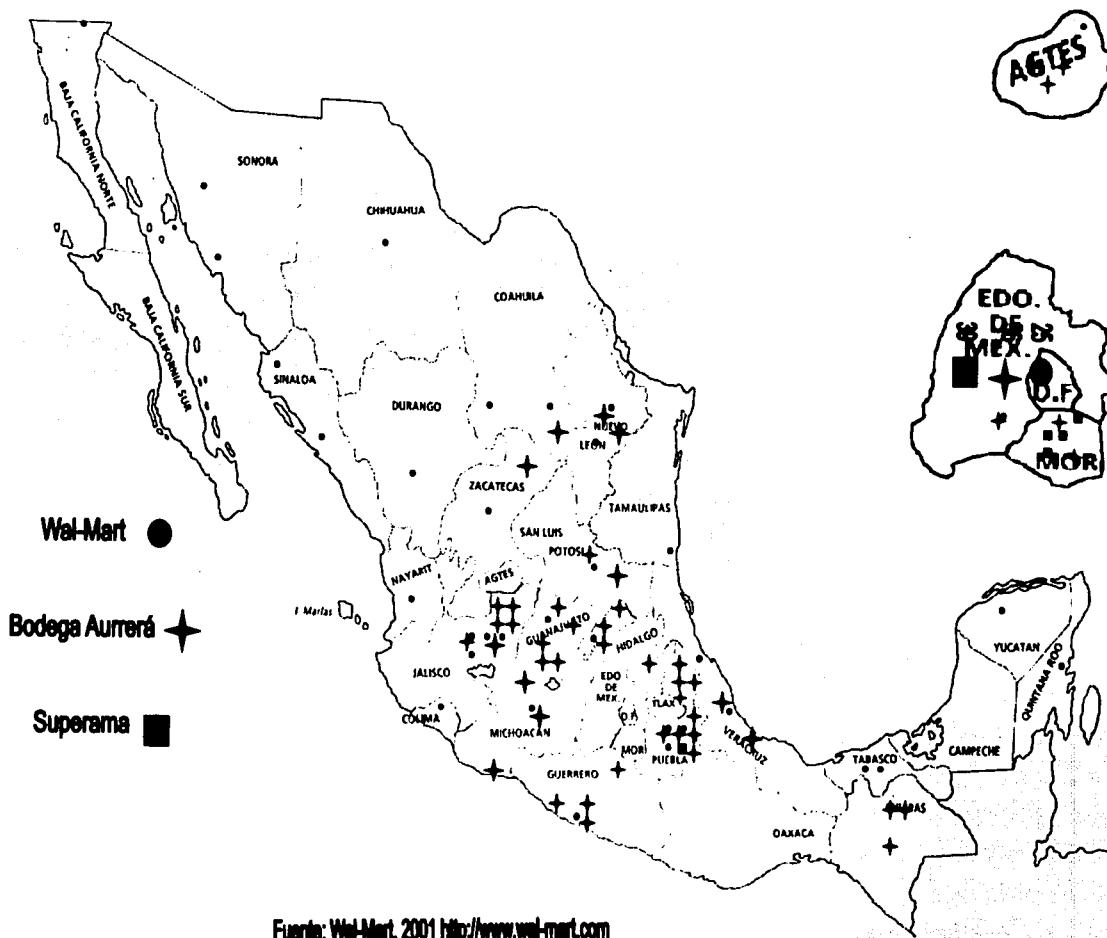
Cuadro 8

Centro	*	Norte	*	Noroeste	*	Sureste	*
Aguascalientes	1	Chihuahua	1	Ciudad Obregón	1	Cancún	1
Cuernavaca	1	Ciudad Juárez	1	Culiacán	1	Coatzacoalcos	1
Guadalajara	3	Durango	1	Hermosillo	1	Mérida	1
León	1	Saltillo	1	Los Mochis	1	Veracruz	1
Pachuca	1	Torreón	1	Mazatlán	1	Villahermosa	1
Puebla	2	Zacatecas	1	Mexicali	1	Suroeste	*
Puerto Vallarta	1	Noreste	*	Tijuana	1	Acapulco	1
Querétaro	1	Monterrey	4			Oaxaca	1
San Luis Potosí	1	Tampico	1			Tuxtla Gutierrez	1
Toluca	1			Zona Metropolitana		7 tiendas	

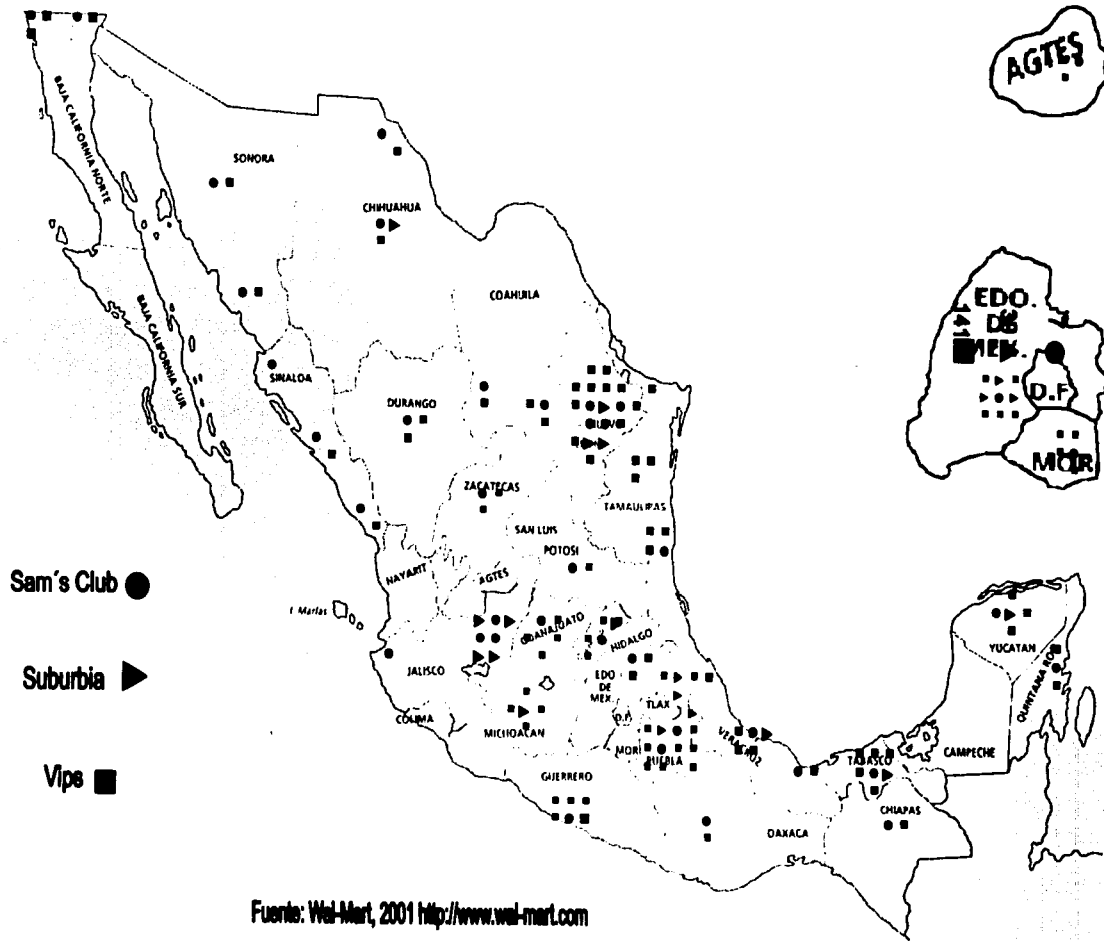
*.- Numero de tiendas

Mapa 9

Distribución geográfica de los negocios que pertenecen a la empresa Wal-Mart.



Mapa 10
 Distribución geográfica de los negocios que pertenecen a la empresa Wal-Mart.



Fuente: Wal-Mart, 2001 <http://www.wal-mart.com>

CAPÍTULO IV

4.1. - Consideraciones generales sobre el desarrollo histórico de la delegación Venustiano Carranza.

Desde la época prehispánica el espacio que hoy ocupa la delegación Venustiano Carranza ha jugado un papel importante en la historia y conformación de lo que hoy es la Ciudad de México.

Durante el predominio azteca, la mayor parte de la delegación estaba bañada por el lago de Texcoco y solamente una pequeña porción del oriente de Tenochtitlán contaba con embarcaderos que se comunicaban con la ciudad.

Por su ubicación y altura, Tepetzingo (o el cerro del Peñón de los Baños) era una eminencia visible desde la mayor parte de la superficie de los lagos de Texcoco y de México. Operó como el faro que orientaba la navegación en una comarca donde las principales actividades de los pueblos isleños y ribereños dependían en buena medida del transporte lacustre. Los principales canales de México Tenochtitlán como los de Santa Ana, Tezontlale, del Apartado, de La Soledad y de La Merced, cruzaban la ciudad de poniente a oriente siguiendo el flujo de las aguas y por su dirección dominante se unían en Tepetzingo, adoptando la forma de un abanico desplegado, permitiendo a las embarcaciones salir al lago y mantener el rumbo directamente a Tepetzingo.

En ese entonces, éste era el espacio obligado para el desembarque de frutas y legumbres procedentes de Texcoco, Chalco y Xochimilco a través de la extensa red de canales de la ciudad y que con el paso de los años daría origen a uno de los mercados más populares de la ciudad: el de La Merced.

Para 1572 se construyeron en esta zona el hospital para leprosos y la iglesia de San Lázaro; también se fundó el convento y la iglesia de La Merced, en el barrio de San Lorenzo, y se inicia la construcción de la iglesia de La Soledad de la Santa Cruz, a cargo de los monjes agustinos.

En 1596 a la muerte del doctor Pedro López (dueño del hospital de leprosos de San Lázaro), sus herederos entregaron el hospital a las autoridades de la ciudad y en 1721 éstas confiaron su administración a los monjes juaninos, quienes repararon el inmueble y edificaron el templo que se les dejó, en 1728. Cuando en 1821 las cortes españolas decretaron la extinción de las órdenes hospitalarias, el Ayuntamiento tomó posesión del inmueble y en 1862 los pacientes que había fueron trasladados al hospital Municipal de San Pablo.

En los terrenos del desocupado hospital se instalaron la estación y los patios del Ferrocarril de Morelos, que comunicó a la Ciudad de México con Cuernavaca y Cautla. Para esta época se construyeron las iglesias de San Antonio Tomatlán y de la Candelaria, en los barrios de San Lázaro y la Candelaria de los Patos respectivamente; este último barrio es conocido así por haber sido una isleta húmeda y fría en la que habitaban una gran multitud de patos.

El abatimiento de las aguas del lago y la consiguiente solidificación del terreno, permitieron que la ciudad empezara a extenderse ligeramente hacia el oriente. Durante esta época se termina la construcción de la calzada y dique del Peñón, que corría por la parte de arriba del lago de Texcoco.

Se comenzaba la construcción de una garita algo así como una puerta de entrada a la Ciudad de México en San Lázaro la cual se dirigía hacia el oriente con rumbo a Veracruz en una extensión de 13 kilómetros surgiendo así lo que hoy es la calzada Ignacio Zaragoza.

Todavía a fines del siglo XIX el oriente de la Ciudad de México, a partir de la

estación ferroviaria de San Lázaro, era una zona casi despoblada. Su aislamiento contribuyó a que en los llanos de esta zona se empezara a edificar en 1885 la penitenciaría del Distrito Federal, la cual fue inaugurada el 29 de septiembre de 1900. Más allá, hacia el oriente todo, eran llanos salitrosos, pantanosos y aguas someras, salvo el Peñón de los Baños.

La expansión de la metrópoli se inicia a fines del siglo XIX. La colonia Morelos, conocida también como "de la Bolsa", fue la primera que se formó en la delegación Venustiano Carranza en 1886; el 28 de diciembre de 1888 se celebró un contrato entre el ejecutivo federal y Carlos David de Guesst para el fraccionamiento de los terrenos comprendidos ente las garitas de Peralvillo y San Lázaro, la penitenciaría y el Peñón de los Baños. En 1893 Antonio B. de Lara obtuvo una autorización del Ayuntamiento para ampliar esa extensión hacia el norte y en los 20 años siguientes la colonia se pobló con rapidez, aunque los servicios públicos todavía no se habían instalado.

Por ese tiempo un grupo de vecinos del antiguo pueblo del Peñón de los Baños emigró para formar la colonia de Santa Cruz Aviación, ya que las actividades que desarrollaban a orillas del lago de Texcoco como la pesca, la caza y la agricultura y cuyos productos vendían en el barrio de la Candelaria de los Patos, podían trasladarse de forma más directa por la actual calzada Ignacio Zaragoza.

Empezando el siglo XX la urbanización en la Ciudad de México se agudiza debido al crecimiento de la ciudad y la aparición de compañías urbanizadoras y pavimentadoras, el proceso de pavimentación resultó esencial y se fue mejorando con el paso del tiempo.

De 1900 a 1910 se crearon 28 colonias en el Distrito Federal, todas bajo las normas y reglas que se establecieron en 1903. Algunas otras como la Valle Gómez, fueron rechazadas por el gobierno federal debido a que no presentaban las condiciones necesarias para ser habitadas e incorporadas a la metrópoli.

Con la caída del régimen porfirista apareció una nueva oleada de fraccionadores; entre estos se encontraban, Remigio Noriega y la familia Braniff (estos últimos de ascendencia inglesa), todos ellos simpatizantes del gobierno de Porfirio Díaz. El principal fraccionador del oriente de la ciudad en ese momento fue Alberto Braniff, quien poseía una gran cantidad de terrenos en lo que ahora conforma la delegación Venustiano Carranza. En los llanos de su propiedad se construyó el primer aeródromo, llamado de Balbuena, lugar donde voló el primer aeroplano en México, convirtiendo a Braniff en el primer piloto de habla hispana. Posteriormente comenzó a fraccionar el resto de sus terrenos y donó varias hectáreas para la construcción del Aeropuerto de la Ciudad de México.

Con el establecimiento de un reglamento de construcción para la ciudad expedido, en 1920, las colonias sólo podían erigirse bajo un contrato anticipado. Con esta medida la expansión urbana estuvo controlada por el Ayuntamiento y se prohibía la apertura de calles sin la autorización previa. Además se autorizó la creación de colonias populares con habitaciones salubres y de bajo precio para que albergara a la población de escasos recursos, surgiendo de esta manera las famosas vecindades, las cuales se asentaron principalmente al oriente de la ciudad.

Durante la década de los treinta surgen en forma repentina y masiva las colonias de invasión, aunque siempre a partir de una organización previa. La invasión se ejecutaba como una expansión de los organismos populares y tenían como objetivo la ocupación ilegal de predios tanto de particulares como de propiedad federal; surgieron así las colonias Revolución, 20 de Noviembre (5° Tramo), Progresista, Azteca, Álvaro Obregón, Río Consulado y Aarón Sáenz; las cuales crecieron de esta forma, ya que la superficie invadida, correspondía al Cuartel I (hoy administrativamente la delegación Venustiano Carranza). Posteriormente el gobierno expropió los terrenos en esas colonias e inicio su regularización, beneficiándose así, a más de 18 000 787 habitantes y legalizándose también aproximadamente 4 000 497 lotes en esta área.

En los años cuarenta, se construyó el Aeropuerto de la Ciudad de México, además el viaducto Miguel Alemán con el entubamiento del río de La Piedad; se erigieron también, nuevas instalaciones al sureste de La Merced, se construyó el mercado Sonora y se amplió la avenida Fray Servando Teresa de Mier.

Esta década también significó un desarrollo importante en materia de industrialización, pero en la delegación son dispersos los antecedentes sobre el emplazamiento de zonas industriales. Las áreas industriales emergentes más próximas a la delegación fueron únicamente dos y una parte ínfima de ellas administrativamente pertenece a la actual delegación Cuauhtémoc. La primera se encuentra limitada por la prolongación de calle de Estaño y por las calles de Inguarán, Cobre, Boleo, Canal del Norte y Gran Canal del Desagüe, es decir, la actual colonia Morelos y se destinó a la instalación de industrias de transformación de productos de origen animal; la segunda zona se encuentra limitada por la calle del Canal del Norte, por la Avenida del Trabajo y las calles de Vidal Alcocer, Olmo, Pradera y General Rocha hasta Cuauhtemotzin, siguiendo por la calzada de San Antonio Abad y la Avenida del Taller. Esta área se destinó a la instalación de industrias que no necesitaran grandes predios y de servicios de espuelas de ferrocarril.

La década de los cincuenta se caracterizó, porque se amplió y construyó la nave mayor de La Merced, en 1957. El mercado de Jamaica, por su parte, fue instalado donde antiguamente llegaban los canales de la Viga y de La Merced, así mismo, las colonias Pensador Mexicano, Romero Rubio, Valle Gómez, Janitzio, Popular, El Rastro, Venustiano Carranza, Puebla, 7 de Julio, Miguel Hidalgo y Revolución eran abastecidas de agua por el acueducto de Chiconautla.

El crecimiento excesivo del área urbana en el Distrito Federal provocó que en 1964 se prohibieran los nuevos asentamientos o fraccionamientos dentro de la

ciudad, con el fin de evitar la aglomeración en esta área. Esta década también fue muy significativa para la zona oriente de la delegación, ya que se consolidó con la construcción del Sistema de Transporte Colectivo Metro, el cual permitió una mayor accesibilidad con el centro de la ciudad. El 5 de septiembre de 1969, fue inaugurada la primera línea del metro, conectando las estaciones Zaragoza y Chapultepec. El efecto inmediato fue que se incrementó el valor de la tierra en las zonas adyacentes a la línea 1 sobre todo en la avenida Zaragoza, significando un detonante para el crecimiento hacia la periferia del oriente de la ciudad. Muchas colonias se consolidaron con estas obras del transporte como la Gómez Farías, Ignacio Zaragoza, Puebla, Moctezuma, Aeropuerto y Federal. También durante este periodo se construyó el Velódromo Olímpico, el cual actualmente es sub-utilizado como inmueble de primer orden en el equipamiento de la delegación.

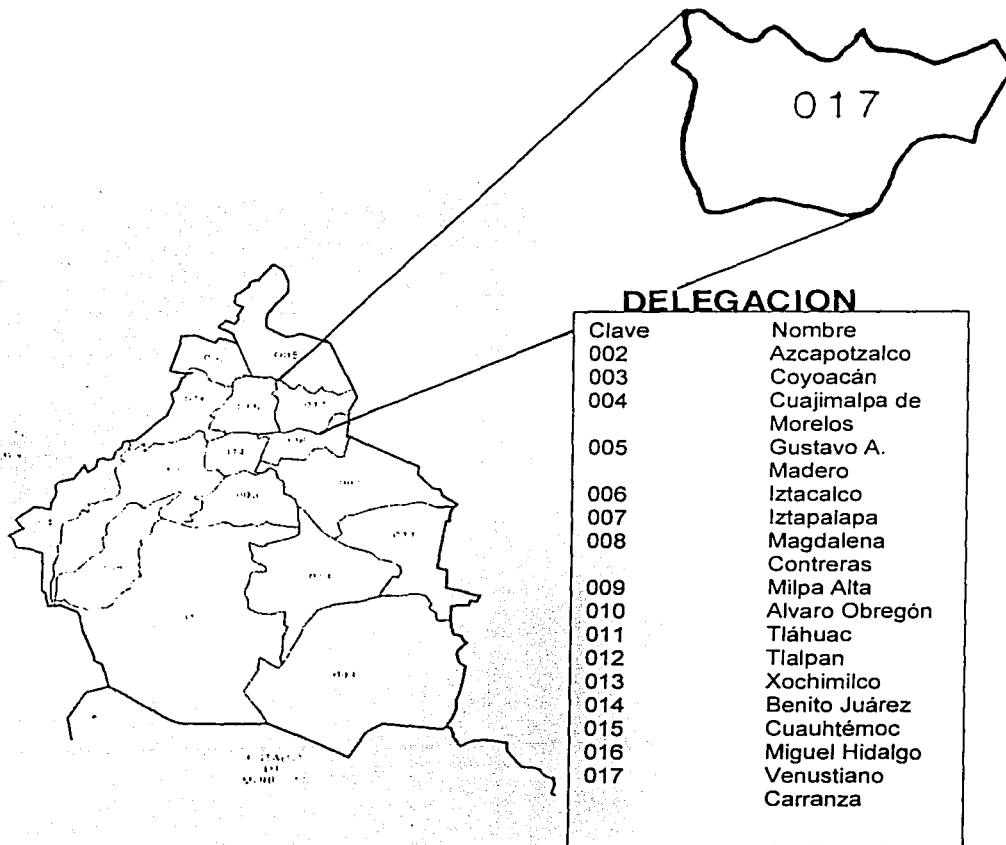
El 29 de diciembre de 1970 el Departamento del Distrito Federal cobijó a cuatro delegaciones más: Benito Juárez, Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Venustiano Carranza, que anteriormente estaban organizadas como cuarteles.

Con la reorganización administrativa de la Ciudad de México, esta demarcación albergó a varias colonias de las delegaciones Gustavo A. Madero e Iztacalco, zona que antiguamente estuvo ocupada por las aguas del lago de Texcoco. A pesar de estar conformada, esta nueva demarcación carecía de una sede fija, por tal motivo se comenzó a construir el edificio de la actual delegación Venustiano Carranza en terrenos de la colonia Jardín Balbuena, mismos que habían sido utilizados para diversas actividades tales como, campos de fútbol, presentación de algunos circos, escenario para rodeos y exposiciones ganaderas. Finalmente el primero de diciembre de 1974 se inauguró el edificio delegacional en estos terrenos, su plaza después del zócalo capitalino, es la más grande del Distrito Federal y sigue siendo escenario de múltiples actividades culturales, comerciales y recreativas así como de importantes ceremonias cívicas.

Actualmente la delegación comprende un perímetro de 33.8 kilómetros cuadrados o 2.2 % del Distrito Federal, además que le corresponde el 25 % de la superficie del Centro Histórico de la Ciudad de México (ver mapa 11).

Mapa 11
Ubicación de la Delegación Venustiano Carranza

La delegación Venustiano Carranza se encuentra ubicada al noreste del Distrito Federal, a 5.5 kilómetros de la Ciudad de México, a 19° 36" latitud norte y 99° 5" oeste del Meridiano de Greenwich. La superficie calculada para la delegación Venustiano Carranza es de 31.33 km². Que representa el 21% de la superficie total del Distrito Federal, ocupa el decimocuarto lugar en cuanto a extensión, colinda con la delegación Gustavo A. Madero al norte; con la delegación de Iztacalco al sur; con el Estado de México al este y con la delegación Cuauhtémoc al oeste.



4.2. - La Colonia Federal

El inicio del siglo XX fue muy significativo para la Ciudad de México y especialmente para la delegación Venustiano Carranza, ya que se consolidó la calzada Ignacio Zaragoza y se constituyó como la principal vía de acceso de la zona oriente hacia el centro de la ciudad.

A este proceso de expansión urbana que va integrando territorios, población y dependencia de la ciudad central y que provoca cambios no solamente en los usos del suelo, sino también en las formas de vida de la población residente es lo que se le denomina suburbanización.

El proceso de expansión de la Ciudad de México ha implicado la difusión de la urbanización con relación a las necesidades de su desarrollo ya sea industrial o comercial, hacia zonas que van quedando cerca de la periferia o en la periferia misma. Debido a la concentración industrial y comercial en la Ciudad de México, han ido cambiando los usos del suelo de agrícola a urbano de otros puntos de la ciudad. La zona oriente de la Ciudad de México fue una zona en la que predominaron los llanos salitrosos, pantanos y aguas someras durante el siglo XIX, pero dicha zona se fue transformando a principios del siglo XX poco a poco dando paso con el tiempo a la utilización del suelo para viviendas, industrias y comercios.

Los cambios que se han producido al interior de la zona escogida como caso de estudio, "la colonia Federal" ubicada en la delegación Venustiano Carranza y cuya dinámica gira en torno a las necesidades de uso de espacio para la ciudad.

Analizaremos dichos cambios desde la perspectiva del uso del suelo y de la población, siendo estos los cambios más visibles que pueden ser analizados mediante índices cuantitativos y cualitativos a lo largo de un periodo.

Nos limitamos al estudio de estos aspectos teniendo en cuenta que la urbanización es un proceso de cambio más complejo, así es que nos interesa ver los cambios desde las perspectivas de la ocupación-utilización del espacio.

La colonia Federal fue creada el 5 de enero de 1925 por el Gobierno Federal en un terreno llamado Cuatro Árboles, culminando así la idea promovida por Enrique Colunga, Secretario de Gobernación, quien fomentó la realización de un programa para dotar de terrenos y viviendas a los empleados federales, tiempo después fue alojando a la comunidad en general (Documentos inéditos del D.D.F. Secretaría de Desarrollo Urbano).

Fue hasta 1955 que el proceso de urbanización empezó a llegar poco a poco con la dotación de los primeros servicios, por ejemplo, se empezaron a pavimentar las avenidas principales (dicho propiamente por los habitantes de esta colonia). Durante esta época la colonia Federal recibe el impacto de la migración tanto de la misma Ciudad de México como del interior de la República Mexicana. Uno de los factores primordiales de atracción de los inmigrantes procedentes de otros estados del país fue en un principio la instalación industrial, la cual se estableció en esta zona en la década de los cincuenta, por lo que los procesos interrelacionados de inmigración – industrialización – urbanización fueron los que en un principio originaron el proceso de cambio global en esta zona de la Ciudad de México.

En el proceso de transformación del territorio, lo más significativo es un tránsito muy violento de lo rural a lo urbano, resultado de la expansión de la ciudad hacia la periferia, dándose la especulación de los terrenos antes utilizados para otras actividades que no estén relacionadas con la vida urbana, pasando a ser predominante la pequeña propiedad en la ocupación del suelo urbano.

La estructura urbana de la Ciudad de México otorga una nueva funcionalidad a los territorios a los que se va expandiendo, de manera que define la zona de

acuerdo con sus necesidades de expansión y de modernización, para lo cual interviene el Gobierno Federal mediante la redefinición de los usos del suelo; esto trae como consecuencia la alteración de las formas de utilización y apropiación del espacio sobre tierras que tenían otra función diferente a la urbana, como por ejemplo la agricultura, campos de fútbol, basureros, etc., ahora se erigen construcciones para vivienda, comercio, industria y calles, lo que ha provocado un proceso de transición, en los modos de vida y forma de relacionarse de la gente. En el proceso de urbanización sobre este tipo de terrenos, la tierra deja de ser un elemento articulador de intereses sociales de la comunidad rural; ahora los intereses de los pobladores se articulan en torno a formas de organización territorial de la ciudad y a las expectativas de empleo y movilidad social que genera la metrópoli.

Con lo antes mencionado, diremos algunos cambios que se han suscitado en la estructura económica y social de la colonia Federal, debido al cambio en la utilización de los recursos materiales (uso del suelo).

La década de los sesenta fue muy importante para esta colonia ya que se dio la llegada del medio de transporte más importante del país, el Sistema de Transporte Colectivo Metro, el cual permitió un mayor desarrollo para esta zona. La llegada de este medio de transporte permitió la instalación del comercio moderno, como por ejemplo, se inaugura la primera tienda de autoservicio a finales de esta década a un costado del metro hoy Boulevard Puerto Aéreo y fue la tienda de Aurrerá Aeropuerto (hoy Wal-Mart Aeropuerto) y tiempo después se inauguran la tienda Suburbia y Bodega Gigante (anteriormente tienda Blanco) y otros comercios de menor tamaño.

Todos estos negocios y la llegada del metro fueron un detonante que aceleró el proceso de urbanización en la colonia y a la vez incrementó de una manera brutal el valor del uso de suelo provocando un descenso en el número de habitantes en la colonia (lamentablemente no hay datos accesibles de cual era el

valor del uso de suelo de los años sesenta, setenta y ochenta), y por consiguiente la población se fue alejando poco a poco de la colonia ya que no tenían los recursos suficientes para pagar el alquiler o compra de un espacio para vivir y deciden buscar otros lugares para habitar, y es hacia la periferia del oriente y norte de la ciudad y del Estado de México que la gente decide instalarse en lugares como Netzahualcoyotl, Los Reyes la Paz, Valle de Aragón, Ecatepec, entre otras zonas con terrenos irregulares en ese momento, como se puede ver en el cuadro 9.

Cuadro 9

Numero total de habitantes de la colonia Federal con respecto a la delegación Venustiano Carranza

	1970	1980	1990	2000
Delegación Venustiano Carranza	749, 483 habitantes	692, 896 habitantes	519, 628 habitantes	462, 089 habitantes
Colonia Federal	20, 991 habitantes	19, 407 habitantes	14, 555 habitantes	12, 943 habitantes

Fuente: Los datos de la delegación fueron obtenidos de INEGI y los consideramos desde esta década ya que anteriormente la delegación Venustiano Carranza estuvo constituida como Cuarteles I y II y no hay un dato exacto de número de habitantes en esta delegación hasta después de los años sesenta. Los de la colonia Federal, fueron obtenidos por medio del modelo de proyección lineal, así es que por consiguiente los datos obtenidos son aproximados.

El proceso de urbanización que se estaba generando en la colonia se hizo más notable con la llegada del comercio moderno permitiendo mejorar los escasos servicios que existían en ese momento como el servicio de energía eléctrica y agua, dicho esto por empleados de la delegación Venustiano Carranza y habitantes que llevan más de 30 años viviendo, se construyó un parque de juegos infantiles, se introdujeron nuevas rutas de transporte público, como camiones que permitieron desplazar a la gente de esa zona hacia otras partes de la ciudad, pero lo más importante es que permitió a la gente que ya esta bien establecida a no desplazarse a otros lugares para hacer sus compras especialmente, teniendo en claro que el comercio tradicional apareció en los inicios de la colonia y en un principio fue la base para adquirir los productos básicos de la población, como las tiendas de barrio y los tianguis móviles o sobre ruedas.

Con el desarrollo de la urbanización y la difusión de los modos de vida urbana, la diferencia entre comunidad urbana y comunidad rural se volvió cada vez más difusa.

Después de la década de los setenta, el gobierno federal puso en marcha un programa parcial de desarrollo para la delegación Venustiano Carranza, con el fin de corregir algunas irregularidades que se presentaron desde tiempo atrás en cuanto a la tenencia de la tierra. En este programa de desarrollo urbano el gobierno planteó una variedad en el uso del suelo, en el cual permitió combinar los usos habitacionales, unifamiliares, bifamiliares, plurifamiliares y conjuntos habitacionales con instalaciones de uso recreativo y comercio de barrio familiar especializado en alimentos de mercadería y víveres, de maquinaria y materiales, departamentales de servicios educativos y oficinas particulares, incluyendo también las instalaciones de industria variadas y vecinales.

A finales de la década de los noventa, para ser exacto en 1997 este programa de desarrollo urbano fue modificado, debido a las demandas de la comunidad que consideraban necesario el predominio del uso habitacional en su mezcla con el comercio básico y el cual sigue en desarrollo.

Cuadro 10

Valor del suelo de colonia Federal con respecto a la colonia Centro.

Colonia Nominal	Valor Comercial 1993*	Valor Comercial 1998*
Colonia Centro	1, 600	4, 271.19
Colonia Federal	750	2, 002.12

*pesos por m²

Fuente: Cruz Lecona Edú Alberto. 1998, p.103.

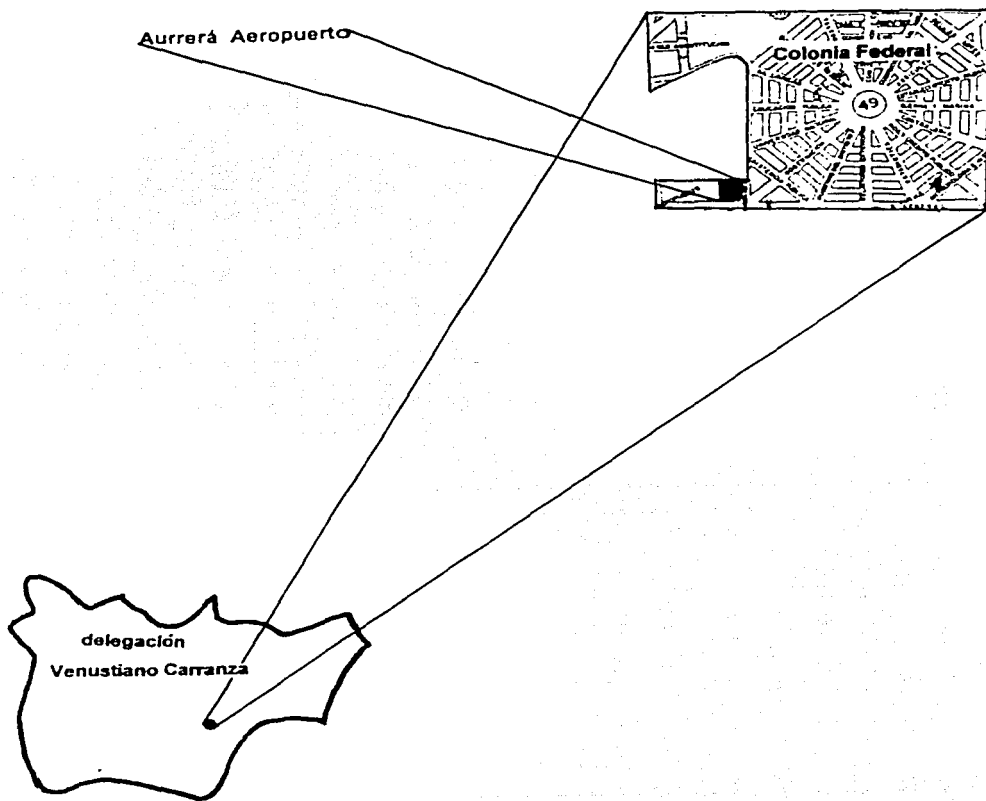
Como se puede observar en el cuadro 10, la colonia Federal, que en el año de 1993, presentó un precio promedio de 750 pesos por m², en 1998 su precio actualizado fue de 2 000 002.12 pesos por m², en comparación con la colonia Centro que en 1993 su precio promedio era de mil 600 pesos por m² y fue actualizado a 4 000 271.19 pesos por m² nos demuestra que el valor económico de las colonias no únicamente implica una consideración locacional, sino que

también involucra cuestiones históricas, sociales y de infraestructura creada, ya sea esta hecha por el Gobierno o la Iniciativa Privada. Y el ejemplo esta en la colonia Centro y la colonia Federal, ya que la primera posee un valor de suelo mayor que la segunda, debido a que la colonia Centro además de tener una función comercial, una localización más central y ser una de las colonias más antiguas de la delegación posee un valor histórico, social y cultural a comparación de la colonia Federal que posee una función más habitacional y comercial y que después de los sesentas se empezó a transformar poco a poco (Cruz Lecona Edú Alberto. 1998, pp. 102-105).

La colonia Federal está conformada de la siguiente manera: tiene una superficie de 80.03 hectáreas, está limitada al norte con los terrenos del Aeropuerto, al sur con la colonia Gómez Farías, al oriente con la colonia Zaragoza, al este con la colonia Cuatro Árboles y al oeste con las colonias Santa Cruz Aviación y Moctezuma segunda sección, cuenta con 91 manzanas de las cuales 11 son destinadas para áreas verdes, espacios recreativos y escuelas, 14 para el comercio vecinal, 10 para la industria local, 3 para los servicios de restaurantes cotidianos, bodegas y oficinas y las restantes 53 están destinadas a la vivienda (Cruz Lecona Edú Alberto. 1998, p.105). Actualmente sigue en una etapa de remodelación en su estructura urbana (ver mapa 12).

Mapa 12
Ubicación de la Colonia Federal

La colonia Federal está limitada al norte con los terrenos del Aeropuerto, al sur con la colonia Gómez Farias y Zaragoza al oriente, al este con la colonia Cuatro Árboles y al oeste con la colonia Santa Cruz Aviación y Moctezuma segunda Sección.



4.3. - La Colonia Jardín Balbuena

La colonia Jardín Balbuena, se extiende desde la parte central de la delegación Venustiano Carranza hasta el límite sur, delimitado por el Viaducto Río de la Piedad y colindando con las colonias Moctezuma primera sección al norte, con Ignacio Zaragoza al oriente, y con las colonias El Parque, Aeronáutica Militar, 24 de Abril, Álvaro Obregón, Magdalena Mixhuca y Pueblo Magdalena Mixhuca al poniente, esta considerada como una de las pioneras de la delegación, junto con la colonia Morelos, la Merced, San Lázaro y Candelaria que sentaron las bases para conformar lo que actualmente es esta delegación.

En un principio la colonia Jardín Balbuena albergó al antiguo aeropuerto militar en los inicios del siglo XX, el cual tuvo un considerable aumento de tránsito aéreo en su momento y trajo como consecuencia que la ubicación del mismo se considerara inconveniente.

Para 1915 aproximadamente ya que no hay una fecha exacta que la colonia Jardín Balbuena pudo iniciar su proceso de urbanización; dicha tarea la llevó a cabo la Compañía de Mejoras de Terrenos, S. A. A pesar de estar enclavada en la zona centro de la ciudad y de cobijar algunas construcciones públicas como el aeródromo de Balbuena y los Talleres Nacionales de Construcciones Aeronáuticas, la colonia carecía de algunos servicios urbanos (Documentos inéditos del D.D.F Secretaria de Desarrollo Urbano).

Los cambios que se dieron al interior de la colonia, fueron resultado del proceso de urbanización impulsados por el gobierno federal y la iniciativa privada. Analizaremos estos cambios desde la perspectiva del uso del suelo y de la población.

En el periodo de 1940-1950, el gobierno de Manuel Ávila Camacho contempló la ampliación de la avenida Fray Servando Teresa de Mier. Esta obra que se llevó a

cabo favoreció el contacto y unión entre la mencionada avenida y la calzada de Balbuena y San Juan de Letrán, agilizando con esto la circulación de los vehículos hacia la Merced que entonces vivía su pleno apogeo.

Mientras esto sucedía, en el interior de la colonia se hacía notable la aparición de la población inmigrante, principalmente de otros puntos de la Ciudad de México, como el centro y poniente de la ciudad y la Compañía de Terrenos Mexicanos seguía fraccionando terrenos, en un plan trazado desde su inicio, permitiendo la inversión por parte de la población de clase media.

En la década de los sesenta, durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, el problema de la vivienda fue muy importante y más para esta colonia. En 1968, se construyó lo que fue la última etapa de la unidad Kennedy, con 1360 departamentos auspiciados por el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANHUPSA).

Para la década de los setenta esta colonia ya se encontraba totalmente conformada y el proceso de urbanización se encontraba en pleno apogeo, se inaugura el edificio de la delegación Venustiano Carranza y empieza a aparecer el comercio tanto tradicional como el moderno y dentro de estos aparece la tienda CONASUPO la cual nació con el fin de abastecer de productos básicos a la población.

Con el programa parcial de desarrollo urbano que puso en marcha el Gobierno Federal, esta colonia fue presentando una disminución en cuanto al número de habitantes después de la década de los setentas (como se puede ver en el cuadro 11), cabe aclarar que la colonia no presentó una gran explosión demográfica ya que el espacio de esta zona siempre estuvo controlado, es decir no se presentaron comúnmente asentamientos irregulares como en otras colonias.

Cuadro 11

Numero Total de habitantes de la colonia Jardín Balbuena con respecto a la delegación Venustiano Carranza.

	1970	1980	1990	2000
Delegación Venustiano Carranza	749, 483 habitantes	692, 896 habitantes	519, 628 habitantes	462, 089 habitantes
Colonia Jardín Balbuena	82, 286 habitantes	76, 074 habitantes	57, 052 habitantes	50, 734 habitantes

Fuente: Los datos de la delegación fueron obtenidos de INEGI y los de la colonia Jardín Balbuena fueron obtenidos por medio del modelo de proyección lineal, por consiguiente estos datos obtenidos son aproximados.

Para fines de los años ochenta y principios de los noventa, los altos ejecutivos de la empresa Aurrerá deciden comprar el espacio que ocupaba la tienda CONASUPO con el propósito de edificar la tienda Aurrerá Balbuena (hoy Wal-Mart Balbuena), ya que la misma visión del consumidor lo demandaba y sé hacia patente con los cambios que se suscitaban en el mismo entorno de la Ciudad de México, tanto tecnológicos como sociales; esto lo percibió el personal de la empresa Aurrerá y sabían que aquí tenían un buen mercado comercial que beneficiaría a ambas partes, así es que en 1991 se inaugura esta tienda ofreciéndole al consumidor una gran variedad de artículos a un bajo precio que la tienda Conasupo no podía ofrecer, evitando con esto el desplazamiento de la gente a otros puntos de la ciudad para adquirir sus productos.

Es importante señalar que la llegada de la tienda Aurrerá Balbuena no modificó en gran medida el espacio de la colonia Jardín Balbuena; más bien llegó a fortalecer los intereses de los habitantes y el de la misma colonia. En este caso, hizo que se valorara más el uso de suelo; dicho propiamente por los empleados de la tienda Aurrerá Balbuena y de la delegación y precisamente una de las condiciones de las autoridades de la delegación Venustiano Carranza para que se edificara esta tienda era no ocupar más espacio del que estaba señalado en el programa de desarrollo urbano delegacional en cuanto al uso de suelo, por esto el estacionamiento de esta tienda se construyó en la parte baja de la tienda es decir es un estacionamiento subterráneo y así poder captar la mayor cantidad

de consumidores posibles.

Cuadro 12

Valor del suelo de la colonia Jardín Balbuena con respecto a la colonia Cuatro Árboles

Colonia Nominal	Valor Comercial 1993*	Valor Comercial 1998*
Jardín Balbuena	1,300	3,470.34
Cuatro Árboles	700	2,002.12

*peso en m²

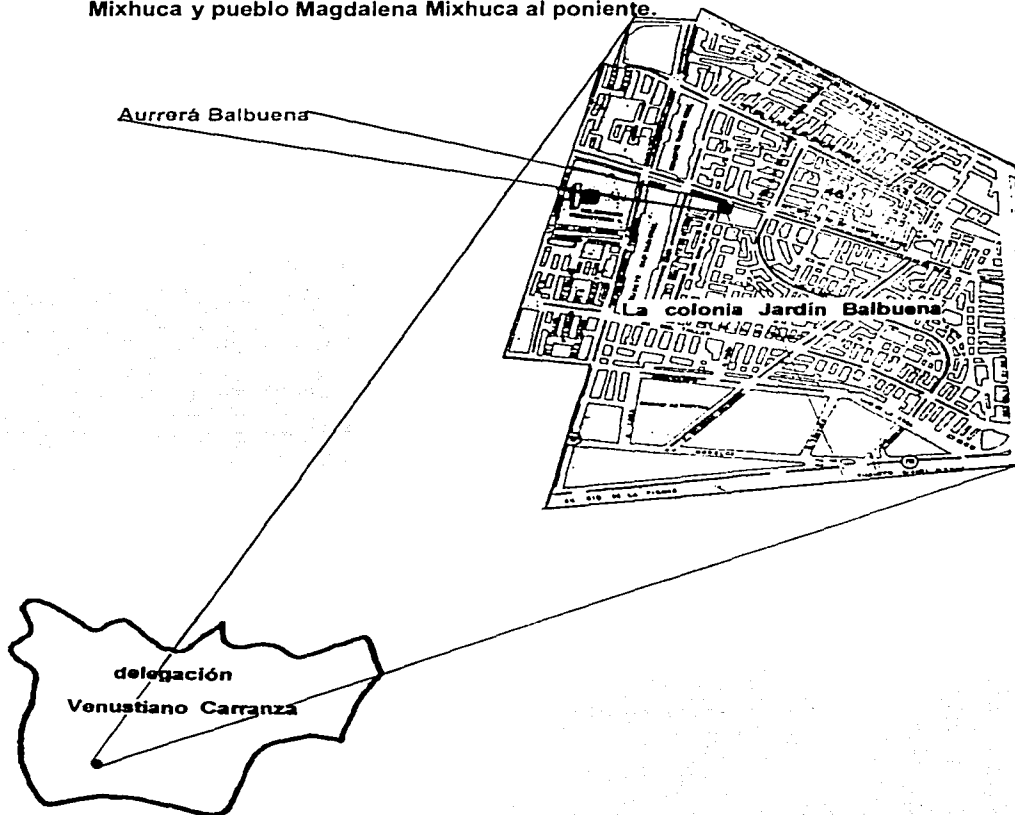
Fuente: Cruz Lecona Edú Alberto. 1998,p.103.

Como se puede observar en el cuadro 12, si comparamos los precios del valor del uso de suelo de la colonia Jardín Balbuena con la de Cuatro Árboles, nos podemos dar cuenta que presentan valores muy diferentes debido a que mientras que la colonia Jardín Balbuena su uso de suelo durante décadas ha sido eminentemente residencial en un 90%, la calidad de las viviendas construidas es superior a las que se erigieron en la colonia Cuatro Árboles, la cual presenta una diversidad en usos de suelo (equipamiento, industrial, comercial y habitacional).

Esta colonia tiene una superficie de 326 hectáreas, posee 480 manzanas, de las cuales 30 pertenecen al equipamiento como uso primario, de entre los cuales se encuentra el edificio de gobierno de la delegación, más diez escuelas primarias, una clínica IMSS y las instalaciones del Velódromo Olímpico; por su parte el comercio está representado por sólo 4 manzanas como uso primario, incluyendo una tienda de comercio local (Wal-Mart Balbuena), dos mercados públicos y los anexos a estas actividades. La vivienda se reparte en 446 manzanas, de las cuales más de la mitad son de tipo regular unifamiliar y alrededor de 70 de éstas pertenecen a la Unidad Habitacional Kennedy, siendo la sexta parte del total de las viviendas. La industria no tiene representatividad en esta colonia (Cruz Lecona Edú Alberto. 1998, p.105), (ver mapa 13).

Mapa 13
Ubicación de la colonia Jardín Balbuena.

La colonia Jardín Balbuena se extiende desde la parte central de la delegación Venustiano Carranza hasta el límite sur, determinando por el Viaducto Río de la Piedad, colindando con los barrios Moctezuma 1ª Sección al norte, con Ignacio Zaragoza al oriente, y con los barrios El Parque, Aeronáutica Militar, 24 de Abril, Álvaro Obregón, Magdalena Mixhuca y pueblo Magdalena Mixhuca al poniente.



CONCLUSIONES

El comercio es una actividad importante en la historia del ser humano que se ha estudiado de muchas maneras, pero muy pocas veces analizado en función de la influencia y transformación de espacios ya que en él se ve reflejado una gran faceta de la evolución del hombre, tanto en sus aspectos sociales, económicos y tecnológicos.

El comercio ha sido una gran opción para que el hombre logre estar en las condiciones de desarrollo actuales, luchando por mejorar día con día en la satisfacción de sus necesidades. El desarrollo de las ciudades no ha estado ajeno a esta actividad, a tal grado que la práctica del comercio está considerada como un elemento de cambio de los territorios.

La actividad comercial ha aportado otros beneficios importantes para el ser humano como: 1.- La creación de la moneda, la cual permitió adquirir mercancías sin tener que dar otra cosa a cambio. 2.- Estimuló el desarrollo de la navegación y la exploración, ya que se crearon puertos marítimos y técnicas de navegación seguras; descubrir nuevas tierras fue parte del mismo conocimiento producido por la navegación, que a la larga trajo consigo efectos positivos, como el de la unión de todos los continentes con el desarrollo de los medios de transporte, como el ferrocarril, el barco, el avión, etc., se han logrado acortar las distancias, pero también efectos negativos como el colocar al mundo en un todo, es decir gracias al comercio el mundo poco a poco se ha ido globalizando, logrando con esto tener países con economías desiguales y que unos dependan de otros por ejemplo el mismo México. 3.- El estímulo a los desarrollos técnicos, que permitieron desplazar mejor las mercancías. 4.- Ayudó al desarrollo de la tecnología que permitió desarrollar poco a poco los medios de comunicación.

México es un país que no ha estado exento de la actividad mercantil, ni tampoco al desarrollo y transformación de su espacio. El gran auge que alcanzó el comercio después de los años cincuenta permitió la expansión de las ciudades en México, y el crecimiento de la población, el comercio tradicional; los mercados públicos y las tiendas de barrio fueron desplazadas por el comercio moderno como los supermercados y tiendas de autoservicio para satisfacer la demanda creciente de alimentos por parte de los consumidores urbanos.

La expansión de las principales cadenas de autoservicio como Gigante, Comercial Mexicana, Aurrerá, entre otras han dado como resultado que las ciudades medias se conviertan actualmente en los centros más atractivos para la penetración de nuevos autoservicios y supermercados y que el consumidor poco a poco ha tenido que aceptar y adaptarse a estos cambios que se han suscitado en el comercio, además de acortar las distancias entre el vendedor y el consumidor. En este caso la entrada de Aurrerá, al mercado mexicano significó un cambio importante en la vida del país ya que representó otra forma de practicar el comercio, aunque cabe señalar que ya existían los supermercados Sumesa y CONASUPO, pero éstos estaban dedicados a ofrecer productos básicos, en cambio Aurrerá llegó ofreciendo al consumidor otra gama de artículos más variados; su llegada fue audaz ya que no se estancó en un solo lugar, si no que con el paso del tiempo fue abriendo nuevos espacios tanto en el Distrito Federal como en el interior del país. Primero fue creando tiendas en el centro de la Ciudad, durante la década de los sesenta se fue ubicando en el sur y norte del Distrito Federal, y hasta la década de los setenta fue llegó a la parte oriente de la ciudad y el Estado de México, pero porque ya la misma situación del país lo exigía y esa era la mentalidad que traían los hermanos Arango, la de llegar a todos los rincones de la sociedad. Por eso, como lo mencionan algunos de los empleados, en un principio la empresa, junto con el Gobierno de la Ciudad de México, ayudaron al desarrollo y transformación de nuevos espacios

especialmente en el Área Metropolitana, con el fin de que la gente en esos años conociera tanto a la empresa como a la vez otra forma de adquirir mercancía. Ahora, esa misma audacia los llevó a crear otra gama de negocios para cumplir con ese objetivo, las Bodegas Aurrera, los Superama, los negocios de restaurante como Vips, en fin, yo a eso le llamo la visión del comerciante, porque siempre está al tanto de lo que pasa en su entorno y buscar la manera de actuar en el momento adecuado y adelantarse a sus competidores. Cuando se da la apertura comercial en el país y empiezan a llegar empresas extranjeras, Wal-Mart liderada por Sam Walton, se fijan en Aurrerá para asociarse y acrecentar el desarrollo de esta empresa y que hasta el año pasado estaba considerado como uno de los mayores supermercados de América Latina por encima de Gigante, y la misma Comercial Mexicana.

Quiero aclarar que no todo el desarrollo del Área Metropolitana es por esta empresa, pero siento que fue un factor importante para el mismo. En el caso específico de las colonias que son parte de mi tema de estudio La Colonia Federal y La Colonia Jardín Balbuena, cabe decir que tuvieron un desarrollo muy diferente; por ejemplo mientras que la Colonia Jardín Balbuena, desde que nació se fue desarrollando poco a poco con el paso del tiempo con el apoyo del gobierno del Distrito Federal y de la Iniciativa Privada, ya que con su cercanía al centro de la Ciudad les convenía a ambas partes, como por ejemplo el crear el Viaducto Río de la Piedad, trajo consigo mejorar esa parte de la Ciudad, se crearon jardines, campos deportivos, mercados y los servicios públicos día con día fueron mejorando hasta llegar a conocer lo que actualmente es esta colonia, la llegada de Aurrera Balbuena, fue como el colofón a un espacio ya conformado en donde la población se benefició para hacer sus compras y ya no tener que trasladarse a otro lugar a adquirir productos. En cambio, en la Colonia Federal las cosas tuvieron un rumbo diferente, ya que desde que nació la colonia, con el paso del tiempo se iba estancando en el espacio y en el tiempo, hasta finales de los años sesenta se llegaron a ver cambios importantes en el

espacio de esta colonia cuando Aurrerá y otros comercios se empezaron a instalar junto con la llegada del Transporte Colectivo Metro, es decir todo esto impulsó a una aceleración en el proceso de urbanización, aquí Aurrerá Aeropuerto y la Colonia Federal, fueron creciendo juntos, desde mi perspectiva, aclarando que ya se encontraban algunas industrias desde los años cincuenta en esta zona.

En un recorrido realizado por estas dos colonias me pude percatar que la conformación de ambas colonias es muy diferente, ya que mientras en la Jardín Balbuena predominan las casas tipo departamento, conjuntos habitacionales, hay zonas recreativas, como parque públicos, deportivos etc., en la colonia Federal predominan las casas solas, unifamiliares es decir aquí la gente compra el espacio de terreno y construye, aquí gran parte de la población no cuenta con un gran soporte económico y algunas personas utilizan sus casas para poner diferentes tipos de negocios y poder salir adelante y que han luchado para que las autoridades los sigan tomando en cuenta y mejorar cada día su colonia (colonia Federal).

Con todo lo antes mencionado me di cuenta de que se pueden detectar ejemplos de la simetría hexagonal de la teoría del lugar central aunque únicamente en algunas pequeñas áreas ya que las aplicaciones actuales están centradas en la extensión de las áreas de mercado, como es el caso de los supermercados, quienes prestan especial atención al área de mercado de una ciudad como antes de decidir abrir una sucursal ahí.

La consideración principal es que existan suficientes clientes en el área o alrededor de ella para alcanzar la cantidad mínima de ventas requerida para que el negocio sea rentable, como es el caso de la colonia Jardín Balbuena. Con reflexiones de este tipo se puede influir en la creación y ubicación de nuevos servicios y desarrollar nuevas ciudades.

Todavía quedan abiertas algunas líneas de investigación para ser profundizadas, pero ante la necesidad de conocer un poco más sobre las tiendas de Autoservicio y especialmente de Aurrerá conjuntamente con el desarrollo de la delegación Venustiano Carranza los estudios de casos particulares como este trabajo monográfico de las colonias Federal y Jardín Balbuena, son importantes en la medida que ayuden a revelar la gran importancia que tienen estos espacios en lo que hoy es nuestro Distrito Federal.

BIBLIOGRAFIA.

1. - ACOSTA SAIGNES, M, LEON PORTILLA, M., 1975, El comercio en el México Prehispánico, Instituto Mexicano De Comercio Exterior, México.
- 2.- AGUILAR A. Guillermo, GRAIZBORD Boris y SÁNCHEZ CRISPIN Alvaro.,1996,Las ciudades intermedias y el desarrollo regional en México, Coedición Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- 3.- BASSOLS Angel, DELGADILLO Javier Y TORRES Felipe.,1994, El abasto alimentario en las regiones de México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México.
- 4.- BENGTON, Hermman. ,1979, Griegos y persas. El mundo Mediterráneo en la edad antigua, Siglo XXI, México.
- 5.- BUTLER Joseph. ,1986,Geografía Económica, Limusa, México.
- 6.- BROM Juan. ,1998, Esbozo de historia de México, Grijalbo, México.
- 7.- CASTILLO MENDEZ Laura Elena. ,1973, Historia del comercio en la Ciudad de México, Complejo Editorial Mexicano S.A. México.
- 8.- COOK SHERBURNE Friend y BORAH Woodrow., 1974, Ensayos sobre historia de la población: México y el Caribe, Siglo XXI, México.
- 9.- DAY Clive. ,1941, Historia del Comercio, Fondo de Cultura Económica Vol. y II, México.
- 10.- DELGADILLO MACÍAS, Javier, FUENTES AGUILAR Luis Y TORRES TORRES Felipe.,1993, Los sistemas de abasto alimentario en México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México.
- 11.- ESTEBANEZ ALBAREZ Jose., 1974, Cuenca: Estudio geográfico, Impreso por el Instituto de Geografía de Madrid. España.
- 12.- GAMBOA DE BUEN Jorge., 1994, Ciudad de México una visión, Fondo de Cultura Económica, México.
- 13.- GARCIA B. Aurora., 1995, Geografía urbana, Oikos tau, Barcelona, España.
- 14.- ICAZURIAGA MONTES Carmen.,1992, La metropolización de la Ciudad de México a través de la instalación industrial, Ediciones de la Casa Chata, México D.F.

- 15.- JACOBS Jané., 1971, La economía de las ciudades, Edición Comercial y Artes Graficas, Barcelona, España.
- 16.- LEZAMA José Luis. ,1993, Teoría social. espacio y ciudad. Colegio de México, México.
- 17.- LOPEZ GARCIA Jesús. ,1987, Geografía Urbana, Akal, España.
- 18.- LOPEZ REYES Amalia, LOZANO FUENTES José Manuel. ,1972, Historia Universal, CECSA editorial, México.
19. - M.WARD Peter. ,1991, México: una mega ciudad, Edit. Alianza, México.
- 20.- MULDOON Juan, SERVITJE Daniel. ,1984, El comercio de alimentos en México, Trillas, México.
- 21.- NOVOA MAGALLANES Cesar., 1992, Espacio y forma en la visión prehispánica, Facultad de Arquitectura, UNAM, México.
- 22.- ORTIZ MACEDO Luis., 1994, Los palacios nobiliarios de la Nueva España, Edit. Seminario de Cultura Mexicana, México.
- 23.- ORTIZ WADGYMAR Arturo. ,2001, El comercio exterior de México en el Siglo XX, Porrúa, México.
- 24.- QUINTANA ECHEGOYEN Carlos. ,1992, Los espacios del comercio, Editorial Limusa, México.
- 25.- RANGEL M. José de Jesús. ,1983, La Merced, siglos de comercio, cámara Nacional de Comercio, México.
- 26.- SODI Demetrio, RELLO Fernando.,1989, Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis, Nueva Imagen, México.

TESIS

- 1.- CRUZ LECONA, Edu, Alberto. ,2000, Estructura urbana de la delegación Venustiano Carranza. Tesis de Licenciatura (1998), Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- 2.- DE LARREA DAVALOS, Enrique Humberto. ,2000, Centros comerciales e impactos urbanos. Tesis de Maestría en urbanismo, Facultad de Arquitectura, UNAM, México.

3.- LOPEZ LEVI, Liliana. ,1997, Centros comerciales, espacios que navegan entre la realidad y la ficción. Tesis de Doctorado en Geografía, facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.

4.- RAMIREZ KURI Patricia. ,1993, Transformaciones espaciales y modernización urbana: la Ciudad de México y los macro proyectos comerciales "Centro Comercial Coyoacán" (1989-1993). Tesis de Maestría en Estudios Regionales. Instituto de Investigaciones. Dr. José María Luis Mora, México.

PAGINAS EN INTERNET

1. - Sanborns, 2000. <http://www.sanborns.com>.

2. - Wal-Mart, 2000 <http://www.wal-mart.com>.

3.- http://www.Programa_delegacional_de_desarrollo_urbano_delegación_Venustiano_Carranza_1997.com.

DICCIONARIOS, REVISTAS, PERIODICOS.

1.- ANTAD., 1986, Historia del comercio; Iberoamericana, México.

2.- ANTAD., 2000, Origen y evolución de las tiendas departamentales; Iberoamericana, México.

3.- Delegación Venustiano Carranza. ,2000, Monografía Delegacional. México.

4.- Enciclopedia de México. ,1985, Imagen de la gran Capital, México.

5.- Enciclopedia Universal Ilustrada V.14.; 1973, Espasa-Calpe, S.A., España.

6.- REYES HEROLES Federico y A. T. Kearney Inc. ,2001, Revista "ESTE PAIS"; Dima Editores, México.

7.- SERNA BARRERA Alejandro.,1999, Revista "Expansión" 762, México.

8.- Jesús Ugarte " Periódico Reforma". Marzo 2001, México.

9.- Microsoft., Enciclopedia ENCARTA, 2000, México.