

Centralidad urbana y patrones recientes de localización comercial y de servicios en Tijuana*

Basilio Verduzco Chávez**

El propósito de este estudio es profundizar en el conocimiento de las características del proceso de expansión urbana en Tijuana. Con el apoyo de información recabada en el Ayuntamiento de la ciudad se analiza el proceso de diferenciación espacial originado por las tendencias de localización de establecimientos comerciales y de servicios en esta ciudad fronteriza. Se divide la ciudad en distritos, y con los datos del padrón de licencias municipales se construye un índice de centralidad para cada uno de ellos.

Introducción

Una de las proposiciones más aceptadas en el análisis urbano establece que con el crecimiento de las ciudades hay un desplazamiento de las actividades comerciales y de servicios hacia las zonas periféricas. El centro de la ciudad sigue siendo un área de negocios importante, pero aparecen nuevos centros comerciales en los barrios residenciales. Sin embargo, este proceso presenta profundas variaciones como resultado de las condiciones concretas en que se da el desarrollo de cada ciudad. La localización de los establecimientos comerciales y de servicios no responde directamente a la expansión urbana, sino a la presencia de condiciones generales para la obtención de ganancias. Así, las diferencias internas de la ciudad son aprovechadas por los comerciantes y prestadores de servicios, quienes tienden a formar aglomeraciones comerciales y a dejar importantes espacios prácticamente desabastecidos.

En este ensayo se señala que en cada ciudad se da un proceso de diferenciación espacial, y se presentan algunos datos sobre di-

* Este artículo forma parte de un trabajo más amplio sobre la Organización Comercial y la Diferenciación Urbana en Tijuana, y fue presentado como tesis para optar al grado de Maestro en Desarrollo Regional, en El Colegio de la Frontera Norte, en el mes de junio de 1988.

** Investigador del Instituto de Estudios Económicos y Regionales (INESER) de la Universidad de Guadalajara.

cho proceso en la ciudad de Tijuana, en particular los que describen los patrones de localización comercial y de servicios durante el periodo de 1982-1987. El trabajo da principio con algunas notas sobre la organización y la diferenciación urbana en general, continúa con antecedentes del crecimiento de la ciudad, y por último muestra la dinámica comercial y la distribución espacial de los establecimientos comerciales y de servicios inaugurados entre 1982 y 1987.

El estudio se basa principalmente en información recopilada en forma directa en el padrón de licencias municipales del Ayuntamiento de Tijuana, pues es difícil obtener información censal para un estudio a nivel de áreas intraurbanas para un periodo reciente. Los distritos en que se divide la ciudad han sido delimitados atendiendo a las características de la base de datos consultada y al interés de contar con áreas con tamaño más o menos homogéneo. Así, para los límites entre distritos se han seguido los límites entre colonias de la ciudad, y para su tamaño se ha tomado como guía a las Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB)¹

Organización y diferenciación urbana

La ciudad es un espacio configurado social y espacialmente en forma desigual. La segregación social urbana se manifiesta en las formas de acceso diferenciado a los medios de producción; a la riqueza generada con el trabajo y a nivel espacial en las distintas formas de acceso al suelo y en general en el aprovechamiento diferenciado de los beneficios que proporciona el medio urbano. Resulta entonces que las diferencias sociales y las necesidades de cada usuario de la ciudad provocan una diferenciación espacial. Así, entre la organización social de la producción y la organización de los espacios productivos, el vínculo que se tiende es muy estrecho.

La organización urbana está determinada por los elementos físicos y materiales de que dispone la sociedad y por las prácticas que en ella predominan. Es decir, por la forma en que se distribuyen físicamente los distintos elementos urbanos y las leyes que gobiernan tal distribución; pero la explicación de cómo se organiza la ciudad es un debate no concluido.

¹ Una ventaja de este método es que tiende a homogenizar el tamaño de los distritos, pero a cambio se pierde la posibilidad de contar con alguna base de datos previamente elaborada sobre la superficie exacta de cada distrito que a su vez permitiría usar grandos de densidad para cuantificar la importancia comercial y del sector servicios en cada distrito. Véase apéndice metodológico.

Según Berry y Kasarda (1977), Robert Park, fundador de la escuela ecologista, concebía a la ciudad como el espacio donde se libraba la lucha por la sobrevivencia humana. Posteriormente, Burgess, Hoyt y Harris y Ullman hicieron importantes contribuciones a partir del esquema inicial de la Ecología Humana,² al proponer en forma respectiva que la ciudad crece y tiende a formar anillos concéntricos, que se organiza en sectores que se extienden en forma contigua a medida que la ciudad crece, y que los ejes principales de la organización son las vías de comunicación interna.

Por otro lado, desde la corriente neoclásica se ha dado mayor importancia al elemento económico y se ha pretendido explicar la organización urbana como resultado de principios racionales. Entre otros, Alonso (1964), propuso que el uso del suelo depende de la capacidad de cada usuario para pagar una renta y confiaba en que el mercado del suelo podía alcanzar el equilibrio.

En cambio, para los teóricos de la corriente marxista, el estudio de las estructuras espaciales resulta impensable sin un análisis de la dimensión social y al margen del desarrollo alcanzado (Castells, 1985; Harvey, 1982; Soja, 1970 y Topalov, 1979 y 1984). Así, por ejemplo, Topalov escribe: "En cada ciudad se articulan los espacios productivos que corresponden a las distintas fases de la división capitalista del trabajo y los espacios residenciales que son el resultado de coyunturas históricas de la estructura de las clases. . ." (Topalov, 1984:210).

Entre los hilos de la discusión una cosa es clara: la organización de la ciudad se finca en las diferencias que existen entre los distintos espacios. La diferenciación espacial es entonces un proceso que da forma a la ciudad. Brota de la desigual distribución del ingreso y su expresión en barrios residenciales que pueden ser desde muy lujosos hasta precarios. Crece con la calidad diferencial de los servicios públicos en distintas zonas de la ciudad y se fortalece con el aprovechamiento desigual de las ventajas que la ciudad ofrece a los distintos usuarios de la misma.

En una ciudad con una configuración que presenta grandes desequilibrios, las actividades comerciales y de servicios resultan ampliamente beneficiadas, tanto más en la medida en que se concentran en espacios reducidos, preferentemente en aquellos que cuentan con las mejores vías de acceso y en general con los mejores servicios.

² Véase la compilación actualizada de Theodorson *Urban Patterns: Studies in Human Ecology* (Theodorson, 1982).

Antecedentes de la organización comercial en Tijuana

Cada área urbana conoce una organización espacial que responde a ciertos requerimientos sociales, económicos e incluso de carácter político. Por ejemplo, en los puertos el transporte marítimo y la pesca son, entre otras, las actividades que influyen de manera dominante en la organización de la ciudad. En cambio, en las ciudades de la frontera entre México y Estados Unidos, el elemento dominante son las transacciones fronterizas, el comercio y el flujo de personas que por distintas razones se mueven entre los dos países. En la organización comercial de las ciudades fronterizas ésta es una condición ineludible. Se refleja en los sistemas de comercialización y en los bienes y servicios que se consumen y tienen un papel importante en la conformación de los espacios comerciales y en el proceso de diferenciación espacial en su conjunto.

En Tijuana el estudio de la relación entre la estructura productiva y organización del espacio urbano debe orientarse, por lo menos hasta la década de los años ochenta, a explicar principalmente, los efectos de la participación del comercio y de los servicios relacionados con el turismo sobre la configuración de la ciudad. Así lo muestra la trayectoria histórica de los cambios demográficos y urbanos ocurridos desde la fundación misma de la ciudad.

En efecto, en 1889 Tijuana es fundada en un territorio que carece de vínculos con el resto de México pero que está muy próximo a las ciudades californianas que en aquella época iniciaban su expansión. Eso explica el surgimiento de los primeros establecimientos que ofrecían servicios a los visitantes.

Con el cierre de cantinas en California se registró en Tijuana un gran impulso de la economía y se inicia una incipiente concentración de negocios en torno a la Avenida "A", hoy Revolución (Rendón, 1972). Sin embargo, el verdadero auge de Tijuana y la instalación de grandes empresas, llegan con la instauración en Estados Unidos de la Ley Volstead, mejor conocida como "ley seca". Tijuana logra una mayor urbanización aunque su dinamismo económico es mayor que el urbano. Al terminar ese periodo con la derogación de la mencionada ley en 1933, había en la ciudad alrededor de 200 comercios, de los cuales la mitad eran cantinas.

Al derogarse la ley que había favorecido el surgimiento de cantinas, Tijuana entró en una severa crisis, sin embargo, pronto salió de ella. Gracias al apoyo del presidente de la República Abelardo L. Rodríguez, quien había gobernado el Distrito Norte de Baja California, se logró instaurar un régimen de perímetro libre para Tijuana. Sus efectos fueron inmediatos y volvió a florecer el comercio en la ciudad aunque su crecimiento seguía siendo lento.

Durante el periodo comprendido entre la fundación del ayuntamiento de Tijuana, ocurrida en 1953, y la primera de las devaluaciones en 1976 se registraron grandes cambios en la configuración espacial, pero prevaleció la importancia del sector comercial. Entre 1950 y 1970 más del 50% de la población económicamente activa trabajaba en el sector terciario (Conapo, 1984). Grandes flujos de inmigrantes incrementaron la presión sobre el espacio urbano y en 20 años se formaron más de 80 colonias (CIH, UNAM-UABC, 1984).

Para entonces las diferencias intraurbanas se habían agudizado. De acuerdo con Price (1973), en 1960 sólo el 21% de las calles tenían pavimento, los comercios y servicios para turistas operaban en establecimientos pequeños, mismos que se concentraban en el área central de la ciudad. Esta situación es descrita por Price de la siguiente forma:

Además del hipódromo y la plaza de toros, la mayoría de las facilidades para el turismo se concentra en la Avenida Revolución desde la calle primera a la calle octava. En general, la calidad de los bares, las tiendas de curiosidades, tiendas de ropa y demás, mejora a medida que se avanza calle arriba. Así, los turistas normalmente entran en esta calle en las cercanías de la garita internacional en donde abundan las bailarinas de striptease. Los turistas usualmente pasan esta zona para dirigirse hacia las más de 200 tiendas que venden artesanías mexicanas y a los restaurantes. El palacio de Fronton, donde se realizan juegos de jai alai, es lo último que se encuentra en esta avenida en el cruce con la calle ocho (Price, 1973:89).

Con la canalización del río Tijuana y la serie de devaluaciones recientes, se inicia en la ciudad una nueva etapa en su organización espacial. En 1973, 11 años después de iniciada la obra de canalización, la promotora responsable presumía el impacto que había tenido en el mercado del suelo: disminución de la preponderancia comercial del antiguo centro, de sus rentas, de su saturación, mayor productividad de los establecimientos comerciales instalados en la nueva zona comercial, etc. (Produtsa, 1983). Por otra parte, al alterarse la paridad entre el peso y el dólar, los bienes y servicios experimentaron una reducción relativa en el precio por lo que incrementaron su competitividad frente a la competencia del otro lado de la línea fronteriza (Bilbao, 1986).

Así, Tijuana llega a la década de los ochenta con una organización espacial que refleja las contradicciones de un proceso de urbanización acelerado. La ciudad ha crecido arrastrando grandes déficits en los servicios más elementales. Por su parte, el sector comercial, que se inició bajo el impulso de la demanda externa, ahora

cuenta además con un amplio mercado en la propia ciudad, pero a pesar de ello tiende a conservar su tradicional concentración.

Formación y consolidación de áreas comerciales en un periodo reciente (1982-1987)

En los últimos años algunas áreas de la ciudad tienden a concentrar las actividades de consumo, aparecen nuevos centros comerciales pero todavía las áreas tradicionales permanecen como los principales espacios donde se intercambian bienes y servicios.³ El análisis empírico de este proceso se basa en el estudio de los cambios ocurridos durante el periodo analizado y la comparación del nivel de actividad comercial y de servicios que se desarrolla en distintas áreas.

Indicios de un crecimiento desigual: la apertura de establecimientos

Desde su implantación tradicional en áreas aledañas a la línea internacional, los establecimientos comerciales y de servicios han procurado los espacios más apropiados para desarrollar sus actividades. Con el crecimiento de la ciudad se han propuesto conquistar el mercado urbano en formación y han tendido a diversificarse. El resultado es un sector terciario con una dinámica interna muy desigual por ramas de actividad y un espacio urbano con notables diferencias entre las distintas unidades territoriales.

Para tener una perspectiva de la dinámica comercial podemos observar el número de establecimientos que se abren en la ciudad durante este periodo. Con esa información, a pesar de que no se distinguen aspectos tan importantes como el peso relativo del sector en la economía de la ciudad, es posible conocer en forma muy general algunas de las tendencias que está registrando el sector en su conjunto.⁴

³ Se usa el concepto área comercial como un espacio donde se concentran tanto establecimientos comerciales propiamente dichos como establecimientos de servicios.

⁴ Otras formas de hacerlo podrían ser, usando los indicadores de empleo o de participación en la producción y relacionándolos con el resto de la economía. Sin embargo, esos indicadores son difíciles de obtener en forma desagregada para periodos como el que comprende este trabajo.

CUADRO 1
**Número de establecimientos comerciales o de servicios
 que se instalaron en Tijuana en el periodo 1982-1987 según actividad**

Actividades	1982	1983	1984	1985	1986	1987	Total
Compra de productos alimenticios y agrícolas en estado natural	13	12	38	36	56	73	228
Compra de animales vivos y alimentos de origen animal	14	15	23	37	54	61	204
Compra de alimentos elaborados, bebidas y productos del tabaco	108	116	210	268	468	616	1786
Compra de prendas y accesorios de vestir	53	59	82	160	338	405	1097
Compra de artículos de uso personal, excepto de vestir	24	14	33	45	64	97	297
Compra de otros artículos de uso personal	25	26	48	69	107	153	428
Compra de máquinas, aparatos e instrumentos para el hogar	4	6	21	30	46	50	159
Compra de otros artículos para el hogar	57	44	145	87	196	386	915
Compra en tiendas de autoservicio y de depts. especiales	11	6	24	25	20	22	108
Compra de gases para uso industrial y medicinal	2	1	9	7	12	10	41
Compra de materias primas agropecuarias y silvícolas	1	0	0	1	2	1	5
Compra de materiales para la construcción	33	26	70	70	97	134	430
Compra de otras materias primas, materiales y auxiliares	10	7	14	26	33	36	126
Compra de maquinaria, equipo e implementos para reparación	6	3	9	3	16	33	70
Compra de equipo y mobiliario para oficinas y comercios	2	4	15	21	24	18	84
Compra de equipo e instrumentos de medición y médicos	0	1	4	4	3	7	19
Compra de equipo de transporte, refacciones y accesorios	32	30	60	73	145	189	529
Compra de bienes inmuebles	13	12	20	14	41	24	124

CUADRO 1 (continuación)

Actividades	1982	1983	1984	1985	1986	1987	Total
Compraventa de artículos diversos	3	2	6	7	16	21	55
Servicios prestados por instituciones nacionales de crédito	0	0	0	0	0	0	0
Servicios prestados por instituciones de crédito privado	0	0	0	0	1	0	1
Servicios prestados por organizaciones auxiliares de crédito	0	0	0	0	1	1	2
Servicios prestados por bolsas de valores y sociedades de inversión	0	0	1	0	3	0	4
Servicios prestados por instituciones de seguros	3	1	1	3	3	1	12
Servicios colaterales a instituciones financieras y de seguros	1	5	13	10	13	24	66
Servicios relacionados con inmuebles	15	17	36	43	52	56	219
Servicios profesionales	24	20	60	70	07	51	292
Servicios técnicos	23	13	41	39	48	62	226
Servicios de alquiler a empresas, excepto de inmuebles	1	0	1	5	3	4	14
Servicios de alquiler para el público en general	11	22	6	6	12	13	70
Servicios de alojamiento temporal	2	2	3	1	2	7	17
Preparación y servicio de alimentos	71	55	187	280	518	556	1667
Preparación y servicio de bebidas alcohólicas	15	21	13	12	9	17	87
Servicios recreativos	1	2	5	4	9	8	29
Servicios de esparcimiento	1	0	1	2	6	16	26
Otros servicios recreativos y de esparcimiento	2	0	2	2	2	3	11
Servicios de reparación de vehículos y sus partes	89	58	154	155	228	316	1000
Servicios de reparación de aparatos y artículos personales y del hogar	32	19	40	61	77	114	343
Servicios de aseo, limpieza y sanitarios	42	25	50	51	81	111	360
Otros servicios personales para el hogar y diversos	19	7	38	53	47	76	240
Servicios de enseñanza académica	2	2	4	2	4	7	21
Servicios de capacitación en artes y oficios	2	1	10	3	7	13	36
Servicios de biblioteca, museos y de difusión cultural	0	0	0	0	0	0	0

Servicios médicos	31	46	85	68	116	126	472
Servicios de asistencia social	0	0	0	1	1	0	2
Servicios veterinarios y auxiliares	0	0	2	3	1	4	10
Asociaciones comerciales, profesionales y cívicas	153	30	209	55	64	52	613
Organizaciones laborales y políticas	0	0	1	0	0	0	1
Organizaciones religiosas	0	0	0	0	0	0	0
Vendedores ambulantes diversos	60	217	194	187	275	104	1037
Vendedores ambulantes de alimentos y bebidas	48	117	120	180	335	120	920
Vendedores ambulantes de frutas en mercados sobre ruedas	0	0	1	7	6	0	14
Otros bienes y servicios	12	11	29	46	51	41	190
No específicos	9	14	21	17	20	10	91
Total anual	1 080	1 139	2 159	2 349	3 822	4 249	

Fuente: Elaboración con base en el padrón de licencias municipales del Ayuntamiento de Tijuana.

En el cuadro 1 se muestra que en general existe una tendencia de crecimiento durante el periodo en casi todas las ramas de actividad. Sin embargo, se aprecia que esa tendencia no es uniforme. En 1982, en diversas ramas el número de establecimientos inaugurados es incluso menor que los de un año antes. Según el total de establecimientos (última columna), es claro el predominio que tienen algunas actividades en el sector comercial. Con esa participación relativa es posible agrupar distintos niveles de actividad por rama.

a) Las actividades que se encuentran en el nivel más alto⁵ fueron las de compraventa de alimentos y bebidas en abarrotes, misceláneas, vinaterías, tiendas de ultramarinos, etc., que en conjunto sumaron en el periodo 1 786 establecimientos. En seguida de éstas se encuentran las de servicio de alimentos y bebidas, es decir, restaurantes, bares, loncherías y similares con un total de 1 667 negocios. Después están la compraventa de artículos diversos para el hogar, con 915. Cabe señalar que en esta última actividad es importante la participación de los establecimientos dedicados a vender artesanías, que por la forma en que se agregó la información no aparecen en la lista.

En conjunto, estas cinco ramas de actividad representan el 51.14% del total de establecimientos. Tal concentración refleja las condiciones particulares en las que se da el dinamismo del sector comercial en Tijuana. Así, mientras por una parte se multiplican los establecimientos con servicios y productos normalmente consumidos por la población local, por la otra también proliferan servicios muy relacionados con el flujo de turistas entre ambos lados de la frontera. Un aspecto interesante que explica la proliferación de talleres de automóviles es que gran parte de los vehículos que circulan por la ciudad se importan ya usados de Estados Unidos, y que una práctica común entre residentes en ese país es traer sus autos a reparar a Tijuana.

b) El segundo nivel de actividad está formado por las siguientes ramas: asociaciones comerciales profesionales y cívicas, con un total de 613 permisos para la instalación de algún servicio; los negocios dedicados al equipo de transporte, sus refacciones y accesorios; los servicios médicos; la compraventa de materiales para la construcción; la comercialización de artículos diversos

⁵ Para la segmentación en tres niveles los datos de la última columna fueron agrupados usando la media y la desviación estándar correspondiendo al primer nivel aquellas actividades ubicadas por encima de la primera desviación estándar; al segundo, las ubicadas entre ese punto y la media, y al tercero las que tenían una cantidad menor que la media.

para uso personal; los servicios de aseo, limpieza y sanitarios y los de reparación de aparatos y artículos para el hogar; los servicios profesionales, tales como abogados, asesorías comerciales y financieras, despacho de contadores, etcétera.

c) Finalmente están las ramas de actividad que tienen un número de establecimientos inferior al promedio presentado por el conjunto de las ramas consideradas.⁶ Esos establecimientos apenas si representan el 18% del total, hecho que puede considerarse como un indicador de la importancia relativamente baja de esas actividades. No obstante hay que tomar en cuenta que el número de establecimientos de estas ramas constituyen en algunos casos la sección más especializada del sector comercial. Así, por ejemplo, se encuentran la compra venta de gases para uso industrial y medicinal, la compra-venta de materias primas agropecuarias y silvícolas, de equipo médico e instrumental quirúrgico, etcétera.

En conjunto lo que se aprecia es una estructura comercial con una dinámica muy diferenciada. En ella es importante el consumo que realizan tanto los residentes de la ciudad como los visitantes.

Ahora bien, junto con estos resultados del dinamismo del sector comercial y de servicios, también es importante señalar el crecimiento que presentaron los vendedores ambulantes. Estos microcomerciantes manifestaron un crecimiento muy acelerado en los últimos años.⁷

En una breve revisión se les puede clasificar en dos grupos principales. En primer lugar, aquellos que se dedican a la venta de artículos diversos, como son objetos decorativos, flores naturales y artificiales, ropa nueva y usada, etc.; y en un segundo grupo, aquellos que se dedican a la venta de alimentos y bebidas.

Ambos grupos tuvieron un crecimiento muy rápido entre 1982 y 1987. Los de alimentos y bebidas, que sumaron apenas 48 en 1982 se multiplicaron hasta llegar a 920 en 1987. Mientras tanto, los del primer grupo registraron una cifra más alta, y de los 60 que se incorporaron en 1982, llegaron a ser 1 037 en 1987.

⁶ Nótese que en tres de las ramas no se registra un sólo establecimiento. Esto se debe a que son actividades que no aparecen en el padrón de licencias municipales, éstas son, los bancos, las organizaciones religiosas y las instituciones culturales como museos y galerías. El promedio calculable se basa en las 46 actividades que si registraron cuando menos algún establecimiento.

⁷ Los vendedores ambulantes, aunque, como su nombre lo indica, son comerciantes que carecen de instalaciones fijas, también son registrados en el sector de licencias municipales. Es posible que por sus características, el control que se tiene de ellos sea menos preciso que el del resto de los comerciantes, sin embargo, con la información disponible se puede observar su crecimiento.

Sin revisar más detalladamente los datos que se presentaron en el cuadro 1, se puede constatar el crecimiento del sector comercial en todas sus ramas, así como su carácter heterogéneo.

Áreas comerciales y centralidad urbana

Para determinar las áreas comerciales, entendidas como los espacios donde ese sector tiende a concentrarse, es necesario contar con un instrumento que permita medir ese nivel de concentración. Para usar un concepto muy común en el análisis urbano, lo que se requiere es establecer el grado de centralidad que tienen las distintas unidades territoriales que han sido seleccionadas.

El concepto de centralidad puede ser interpretado en distintas formas.⁸ Pero en todas ellas, difícilmente se le puede disociar de una noción de acumulación de actividades y, por qué no decirlo, de funciones urbanas. En sus trabajos ya muy conocidos, Manuel Castells insiste en la idea de que el centro urbano es "la organización espacial de los puntos clave en que se desarrollan las diferentes fases del proceso de intercambio entre los procesos de producción y de consumo" (Castells, 1982:175). Por otra parte, en los trabajos de geografía urbana se hace una distinción entre lo que es en rigor una zona central y el distrito central de negocios, aunque al mismo tiempo se acepta que tal distinción es más bien teórica que práctica (Johnson, 1980).

Así, una forma de establecer ciertos límites entre espacios comerciales es interpretar la centralidad como una medida de concentración relativa de la actividad comercial respecto a la que existe en el conjunto del área urbana.

Está claro que al plantear el concepto de centralidad de esa manera lo que se está exprensando es más bien una noción de forma espacial y se está haciendo a un lado, deliberadamente, toda la discusión sobre las prácticas sociales que están detrás de la noción del centro urbano. Aunque esto tampoco es por completo cierto, ya que es imposible hablar de centralidad en términos de distribución y acumulación de funciones sin hacer referencia a las causas que explican esa acumulación, y a los procesos que la favorecen.

El concepto de centralidad, tal y como se acaba de enunciar,

⁸ En general el concepto de centralidad urbana se asocia con la noción de lugares centrales por lo que, se puede tratar de jerarquizar los espacios o centros comerciales de acuerdo con la estructura funcional de los mismos, su tamaño o las características de su zona de influencia.

resulta adecuado para señalar un rasgo del proceso de diferenciación espacial. Se trata de establecer cuáles áreas de la ciudad tienen acumuladas las funciones comerciales. Para ello se usa un índice en el que se acumulan los valores porcentuales de cada una de las ramas que componen la estructura del sector comercial y de servicios.

Para hacer este análisis, se agregaron los comercios instalados durante el periodo en cada uno de los distritos en que se dividió la ciudad. Por lo tanto, los resultados que se presentan a continuación expresan los cambios en todo el periodo. Se trata del avance del proceso de diferenciación urbana en los años que abarca el estudio.

En el cuadro 2, la primera columna presenta el número de establecimientos que se instalaron en cada distrito urbano, mismos que se señalan a la derecha según el nombre de cada una de las colonias que se localizan en cada distrito. Y en la segunda, aparece un índice que resulta de multiplicar la primera columna por la acumulación porcentual acumulada de cada una de las ramas de actividad. Ese cuadro fue elaborado para presentar en orden de importancia las unidades territoriales, de acuerdo con el índice acumulado. Una expresión breve del índice usado es como sigue:

$$IDU = (S_1^n = 1 V_{1j}/V_{1t} \times 100)V_{1..n}$$

Donde: IDU = Índice de diferenciación urbana en la zona j
 i = Cada una de las ramas de actividad consideradas
 j = Cada una de las ramas urbanas consideradas
 S = Expresión de suma

Por lo que:

V_{1j} = Número de negocios en la actividad i y en el área j
 V_{1t} = Número de negocios con act. i en toda la ciudad
 $V_{1..n_j}$ = Total de negocios en la colonia j.

Como se puede ver, ese índice, si bien depende del número de establecimientos que se instalan en cada zona, también se altera de acuerdo con la rama a la que pertenecen. Puesto que se calcula con los valores relativos sobre el total por rama de actividad, puede ocurrir que un distrito tenga más establecimientos que otro pero su índice sea menor. Esto pasa cuando los establecimientos de este distrito pertenecen a las ramas que tienen mayor concentración en algunas de las unidades territoriales restantes. Ése es un hecho muy común. Por ejemplo, en el cuadro se ve que en Pla-

CUADRO 2

Centralidad urbana de los distritos en Tijuana

Núm.	Nombre	Establecimiento	Ind. Fun.
11	Zona Centro	2910	3 145 710
13	Zona del Río	921	364 716
58	La Mesa	636	150 732
1	Playas de Tijuana	324	43 416
26	Chapultepec	328	42 968
14	Libertad	380	42 180
35	Otay de Jardín	374	41 140
25	Calette	291	38 412
7	Zona Norte	453	36 693
28	Tomás Aquino	288	30 528
23	Juárez	245	15 435
12	Independencia	226	14 464
24	Madero-Cacho	164	13 940
20	Francisco Villa	255	12 495
56	Las Palmas	166	12 118
42	Obrera	234	11 934
30	Buenavista	219	10 950
57	Contreras	195	10 920
2	El Mirador	198	7 128
31	Veinte de Noviembre	149	7 003
27	Postal	156	6 552
17	Ciudad Industrial Nueva Tijuana	140	6 440
3	Soler	144	6 336
79	Sánchez Taboada	220	6 160
75	Cerro Colorado	141	6 063
60	Las Huertas	156	5 616
53	Lomas de Agua Caliente	117	4 680
69	Azteca	133	4 389
4	Los Altos	114	4 410
22	Hidalgo	143	3 718
71	La Presa	102	2 958
67	Los Pinos	100	2 800
34	Los Álamos	105	2 520
18	Ciudad Jardín	110	2 090
10	Altamira	104	2 080
6	Alemán	104	1 768
8	Herrera	88	1 672
9	Roma	62	1 550
29	Otay Universidad	89	1 335
61	Las Brisas	69	1 242
46	El Rubí	62	930
21	Guerrero	48	814
74	Guaycura	29	812
64	Pinos de Agüero	60	720

CUADRO 2 (continuación)

Núm.	Nombre	Establecimiento	Ind. Fun.
55	Los Olivos	43	645
49	Jardines del Rubí	64	640
59	Durango	41	574
41	Manuel Paredes	60	540
45	Chulavista	44	528
32	Españoles	25	425
72	El Lago	52	416
77	La Jolla	44	396
47	La Sierra	32	352
62	Fortín de las Flores	32	352
15	Las Californias	39	312
73	Ampliación Guaycura	44	308
36	Campestre Murúa	29	290
44	Monterrey	36	288
76	Presidentes	39	273
51	Aguaje de la Tuna	29	261
66	Reforma	50	250
39	Salvatierra	29	232
33	Guadalupe Victoria	34	204
40	Pedregal de Santa Julia	32	160
78	Panamericano	13	104
54	Colinas de Agua Caliente	3	99
65	Las Arboledas	21	84
63	Yamille	17	68
52	El Planetario	11	66
70	Los Reyes	21	63
38	Flores Magón	25	50
5	Lomas del Porvenir	14	42
43	La Cima	20	40
80	Emperadores	11	22
68	Los Venados	10	10
19	Benito Juárez	9	9
37	Divina Providencia	8	0
16	Aeropuerto Internacional	3	0
50	F. Ballesteros	0	0
48	Rancho El Grande	0	0

Fuente: Elaboración con base en el padrón de licencias municipales del Ayuntamiento de Tijuana.

yas de Tijuana se abrieron 324 establecimientos pero su índice es de 43 416 mientras que la Zona Norte, no obstante haber presenciado la apertura de 453 negocios, presenta un índice de 36 693 lo cual seguramente se explica por el tipo de establecimientos que

ahí se instalaron⁹ (para una exposición más clara, los resultados se presentan en el mapa 1).

Con el fin de establecer niveles de centralidad se tomó en cuenta las dos columnas del cuadro 2, con el uso de la media y la desviación estándar de cada columna se logró identificar 4 niveles que permiten observar diferencias importantes en la ciudad.¹⁰ Primer nivel con índice superior a 57 286 puntos (mayor a primera desviación estándar del índice) y más de 635 establecimientos. Segundo nivel con índice hasta de 12 565 puntos (la medida del índice). Tercer nivel, formado por un conjunto de distritos con índices de hasta 66 160 puntos donde quedan incluidos todos los distritos con más establecimientos que la media de ese indicador.¹¹

El centro tradicional y las nuevas áreas de máxima centralidad

Estas zonas constituyen un espacio claramente delimitado dentro del área urbana. A este nivel pertenecen la parte identificada comúnmente como el centro de la ciudad, la Zona del Río y la Zona de La Mesa, entre el bulevar Díaz Ordaz y la vía del ferrocarril.¹²

Cada uno de estos distritos tienen un crecimiento que se podría explicar por factores un tanto distintos.

El centro tradicional es una zona que continúa acumulando locales comerciales y de servicios, lo que le da un impulso para seguir fungiendo como principal centro. Durante los años que abarca este trabajo, se asentaron en esa área un total de 2 910 establecimientos.

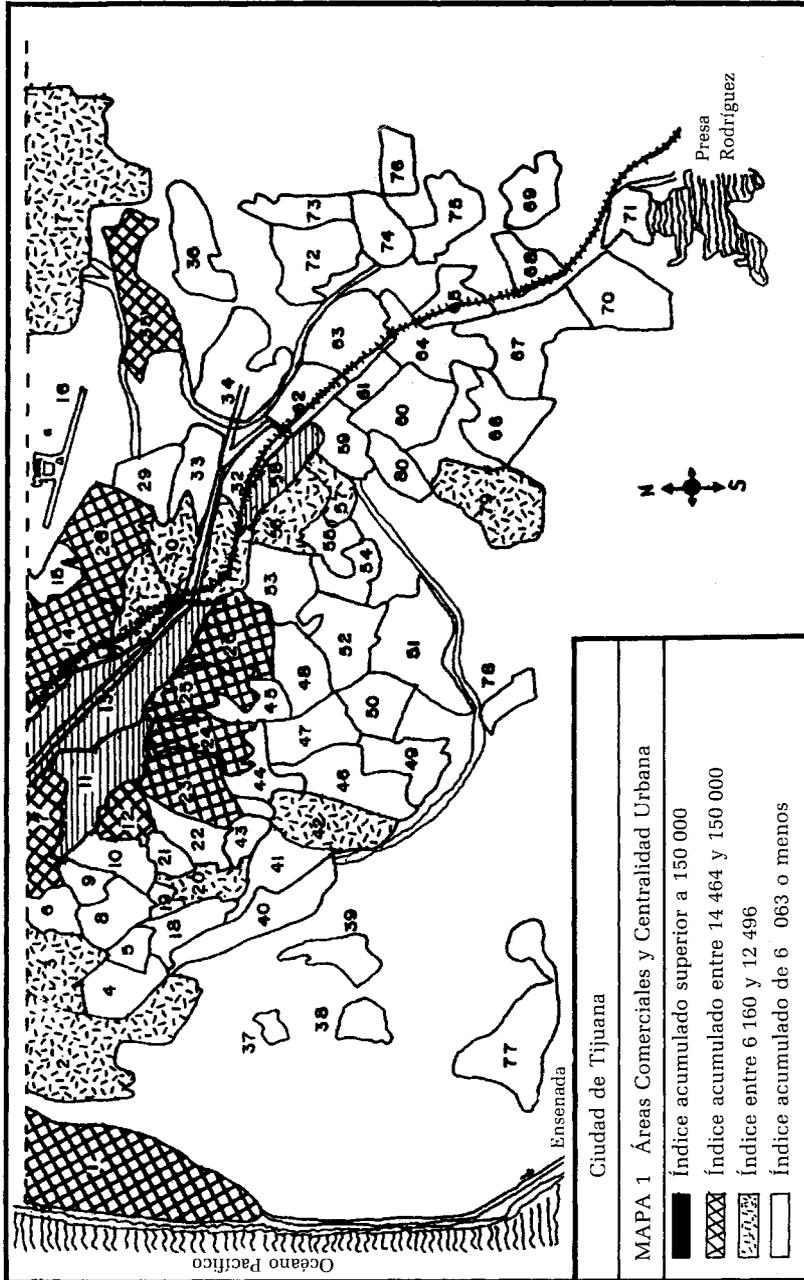
Los factores que influyen en ese dinamismo son la persistente acumulación de condiciones favorables y la combinación de prácticas sociales muy arraigadas. La diferenciación urbana que se presenta en la ciudad favorece a esa zona con los elementos urba-

⁹ La presentación de esa información se realizará en páginas posteriores.

¹⁰ En primer término la distribución que seguía cada columna, pero tomando en cuenta que la estructura comercial y de servicios se encuentra muy concentrada en el distrito central, este distrito se omitió en el cálculo estadístico de la segunda columna, pues con su inclusión sólo podrían distinguirse dos tipos de espacios por la gran dispersión que presentaría la distribución.

¹¹ El último distrito considerado con este criterio fue el Sánchez Taboada con 220 establecimientos superior a la media que fue de 156.7, nótese sin embargo que algunos de los distritos en este grupo deben su inclusión a que tienen un índice superior a ese distrito. Se consideró pertinente hacer esta separación con base en la distribución de la primera columna pues de otra manera se tendría un conjunto muy heterogéneo formando un tercer nivel con base en la distribución del índice.

¹² Cabe señalar aquí, que los establecimientos comerciales que están ubicados en el centro comercial Astra, fueron incluidos en ese distrito.



nos que aumentan sus posibilidades de uso para fines comerciales. Desde cualquier parte de la ciudad es relativamente fácil la movilización a esa zona. También influye la existencia de un flujo de turistas numeroso y sostenido que tiende a concentrarse en esa zona (Valenzuela, 1988). Así su permanencia como principal centro de la ciudad propicia un proceso acumulativo que implica el sostenimiento de una infraestructura vial y de transporte que permita un fácil acceso. Esto es, la máxima accesibilidad del centro se justifica por la exigencia de prácticas sociales profundamente arraigadas en la estructura de la sociedad que inducen una movilidad hacia esa zona.

A diferencia del centro tradicional, en la Zona del Río, segundo distrito de máxima centralidad, se inauguraron 921 establecimientos. Éste es un espacio urbano que ha crecido como resultado de una política expresa de crear zonas atractivas para los visitantes procedentes de Estados Unidos. De hecho se trata de un proyecto urbano que está en consolidación. Sirve de unión entre la garita internacional de San Ysidro y el antiguo centro de la ciudad, y pretende erigirse en el centro más importante.

Esta zona cuenta con la mejor urbanización de la ciudad, y por lo tanto representa una magnífica oportunidad para la implantación de locales comerciales y de servicios.¹³

Por último en la zona de La Mesa, se instalaron en el periodo un total de 636 establecimientos. Con ello se incrementó una tendencia expansiva del sector comercial hacia esa zona. A diferencia de los otros dos que forman de hecho un solo centro, la zona de La Mesa tiende a consolidarse como un área comercial relativamente separada. Se trata de un espacio con un movimiento comercial ligado más al consumo local y a la importancia de las vías que cruzan esa zona. Se encuentra en dos de los caminos más importantes de la ciudad, como son el bulevar Lázaro Cárdenas y sus prolongaciones en el libramiento sur carretera a Ensenada y carretera Aeropuerto, y el bulevar Díaz Ordaz, que se une al norte con el Agua Caliente y hacia el sur termina por la antigua carretera a Tecate.

Las áreas comerciales de segundo orden

En el segundo nivel de concentración comercial, hay un grupo de

¹³ Además en esa zona ya se han instalado diversas oficinas entre las que se destacan el centro de Gobierno, el Ayuntamiento de la ciudad que recientemente abandonó su recinto en el centro antiguo, y otros edificios para uso público.

10 distritos. Éstos son: Playas de Tijuana, Chapultepec, Libertad, Otay Jardín (Mesa de Otay), Calette, Zona Norte, Tomás Aquino, Juárez, Independencia y Madero. En conjunto, se instalaron ahí un total de 3 073 establecimientos.

Por su localización se distinguen dos grupos de distritos. En el primero, que es al que pertenecen ocho de ellos, son distritos que forman prácticamente un cinturón que rodea el centro que se había identificado en el apartado anterior, mientras que en el segundo están dos distritos alejados del centro. En el oriente está la Mesa de Otay, y hacia el poniente Playas de Tijuana.

Respecto a los distritos con ubicación más central es fácil creer que su crecimiento se explica por un proceso de expansión del área comercial central hacia los distritos aledaños.

Mientras tanto el dinamismo de Mesa de Otay y Playas de Tijuana se debe a razones distintas. En ambos casos es importante el poblamiento de esas áreas, pero además, en el caso de Mesa de Otay, se debe tomar en cuenta que hay un proyecto deliberado de expansión hacia la zona, acción encabezada por el crecimiento industrial y la apertura de la nueva garita internacional.

En el escenario de las diferencias urbanas, estos distritos conforman una zona heterogénea entre sí, pero cuentan con elementos más o menos comunes que favorecen su crecimiento. Su misma localización hace que tengan altas posibilidades de servir de soporte a las actividades comerciales y de servicios. No sólo está el hecho de que la mayor parte de ellos tienen una ubicación prácticamente central, sino que además, en medio de la intrincada topografía de la ciudad, en estas zonas existen vías que las comunican entre sí y con el resto del área urbana. Además, son áreas cuya población tiende a formar mercados importantes dentro de la ciudad; es decir, son fracciones de territorio que cuentan con una base importante de condiciones propicias al uso comercial.

Éste es el caso del distrito Playas de Tijuana, que se encuentra magníficamente localizado junto al Océano Pacífico, y comunicado con el centro de la ciudad por vías de circulación rápida. En la Mesa de Otay, por su parte, se ha logrado una conexión de múltiples vías que comunican a varios puntos importantes de la ciudad como son el aeropuerto de la ciudad, la universidad, la nueva central de autobuses, la zona industrial y la garita de Otay. Mientras tanto, en los distritos Libertad y Tomás Aquino no deja de ser importante la vía rápida que comunica el centro de la ciudad con el aeropuerto en el primero, y la principal ruta hacia el centro de la ciudad para una vasta zona que se extiende hasta después del Instituto Tecnológico.

Es claro que la presencia de estas vías no es la explicación

definitiva de su importancia comercial, pero evidentemente son elementos que pesan en la decisión de localización de los establecimientos comerciales. Para el capital, lo verdaderamente importante es que existan ciertos aspectos que le reduzcan el costo de producción de sus mercancías, o lo que es lo mismo, que le permitan incrementar su ganancia. Las vías de comunicación son factores que se toman en cuenta para la implantación en la medida que pueden acelerar la rotación del capital invertido.

Las zonas de centralidad inferior

Ésta es una zona formada por 11 distritos ubicados en distintas áreas de la ciudad. En ellos se localizaron un total de 2 076 establecimientos. El distrito que más establecimientos registró fue el Francisco Villa, y el que tuvo menos fue el Nueva Tijuana-Ciudad Industrial.

Por su distribución en el área urbana, parece que el uso comercial del suelo en esos distritos está asociado con las necesidades inmediatas de las zonas residenciales en las que se establecen. No obstante, se puede sospechar que existen algunas diferencias en la explicación de su dinamismo.

Los dos distritos ubicados en La Mesa, así como el Postal, el Buena Vista, y el 20 de Noviembre, están participando en la concentración comercial que se dan en las inmediaciones de la zona central.

Por su parte, el uso en los distritos Sánchez Taboada, Obrera, Francisco Villa, Soler y El Mirador, probablemente se explican mejor por las necesidades de la población de los propios distritos.

Finalmente, en el caso del distrito Nueva Tijuana-Ciudad Industrial, es de esperarse que esté influyendo el crecimiento industrial de la zona y la nueva apertura de la nueva puerta fronteriza entre los dos países.

Las áreas no centrales

En el último nivel se encuentran los 56 distritos que forman el resto de la ciudad. Su nula centralidad se puede comprobar en el hecho de que, a pesar de comprender la mayor parte de la superficie urbana, apenas concentraron en conjunto 2 920 establecimientos durante todo el periodo. El rango de su frecuencia va desde cero —en distritos como el F. Ballesteros y Rancho el Grande— hasta 156 en el Esmeralda, cerca de La Mesa. Estos distritos presentan entre sí diferencias sustanciales: los distritos que entran en este

rango son las zonas residenciales del sur-oriental de la ciudad y las que se encuentran ubicadas después de las zonas comerciales de segundo orden en la parte central y hasta más allá del libramiento sur.

Se tiene así que en el espacio urbano de Tijuana, durante los últimos años se ha visto, como se esperaba, una persistencia de las diferencias en cuanto a la concentración de establecimientos comerciales. Los efectos de su localización fronteriza se aprecian cuando se observa que las diferencias apuntan hacia una marcada concentración en las zonas cercanas a la línea. Y más concretamente hacia las puertas de entrada a Estados Unidos.

El centro tradicional sigue acumulando las funciones comerciales, pero se nota el surgimiento de un espacio para esos fines en la Zona del Río y la consolidación de un área comercial en La Mesa.

Junto a la concentración que se ha señalado hay una vasta zona de la ciudad con bajos niveles de actividad, lo cual seguramente fortalece la presencia del centro como área comercial importante.

Principales actividades en las áreas comerciales centrales

Si se observa cuáles son las actividades principales en los distritos de los primeros tres grupos, dado que, como se vio en páginas anteriores, aun dentro de este sector hay ciertas actividades con mayor dinamismo, se puede ver que existen algunas diferencias en la estructura comercial de los mismos.

En el cuadro 3 se muestra el porcentaje de establecimientos instalados en cada distrito que resultaron con mayor centralidad, y que pertenecen a cada una de las actividades seleccionadas. De acuerdo con ese indicador, se puede ver que hay un grupo de 15 actividades que tienen mayor peso al menos en algunos de ellos,¹⁴ aunque también se aprecia que su importancia varía entre los distritos, y no siempre es igual el número de ellos que es importante en cada actividad. Lo anterior constituye una muestra del nivel de diferenciación urbana que se tiene en la ciudad en lo que se refiere a la concentración de establecimientos.

¹⁴ Me refiero a las cinco actividades que en cada distrito tienen el porcentaje más alto y que en conjunto suman más del 50% del total de establecimientos abiertos, con excepción de los distritos Chapultepec, Calette, Madero y Las Palmas, donde la suma estuvo entre 40 y 50%. Y en los distritos Libertad y Soler, donde se tomó en cuenta 7 y 6 actividades respectivamente ya que algunas de ellas tenían un porcentaje similar.

CUADRO 3
Estructura de las áreas comerciales centrales (por distrito)

Actividad	Centro (11)	Zona del Río (13)	La Mesa (55)	Pla- yas (1)	Cha- pul- tepec (26)	Li- ber- tad (14)	Mesa Ota- y (35)	Co- lette (25)	Zona Norte (7)	Tomás Aqui- no (28)
Compraventa prod. anim. agric. y nat.	2.06	3.47	1.72	0.90	0.90	1.05	2.13	0	2.26	0.70
Compraventa de anim. vivos y alim.	1.37	1.62	2.35	1.21	0.90	2.10	2.13	7.06	1.25	3.18
Alimentos elaborados y bebidas	4.84	5.10	8.17	8.18	4.05	6	1.60	6.18	12.3	19.4
Compraventa prendas y acc. de vestir	11.2	6.08	5.18	8.18	1.35	7.63	10.1	6.18	2.26	7.42
Artículos personales (excep. de vestir)	4.77	4.45	2.2	1.21	2.25	1.05	1.33	2.40	2.51	0.70
Artículos diversos de uso personal	3.91	2.28	3.77	3.63	4.5	3.68	4.27	2.06	2.77	3.18
Máquinas y aparatos para el hogar	1.68	2.06	1.57	2.42	2.25	1.05	1.06	1.03	0.25	0.35
Artic. div. para el hogar y artesanías	12.8	31.4	2.04	2.12	4.05	5.52	1.87	3.09	3.27	1.41
Tiendas de autoservicio y departam.	0.51	1.00	1.57	1.51	1.35	0.78	1.06	0.68	0.5	1.76
Compraventa gases de uso ind. y méd.	0.03	0.1	0.62	0	0	0.52	0.53	0	0.5	0.7
Materias primas agropec. y silvícolas	0	0.1	0	0	0	0.26	0	0	0	0
Materiales para construcción	1.92	1.19	6.91	8.78	4.5	1.84	3.2	4.12	1.51	3.18
Materias primas diversas	0.51	0.21	1.72	0.60	0	0.05	0.8	0.68	0.5	0.7
Maquinaria y equipo para reparación	0.3	0.54	0.78	0.6	1.35	0.78	1.6	2.06	0.25	0.35
Equipo y mob. para ofic. y comercios	1.03	1.3	1.1	0.6	1.8	0.52	0	1.71	0.5	0
Equipo e inst. de medición y médicos	0.27	0.21	7.07	0.3	0	0	0	2.4	0	0
Equip. de transp., refacc. y accesorios	2.26	2.17	0.62	4.84	6.3	6.03	3.47	5.49	2.01	6.71
Compraventa de bienes inmuebles	0.99	3.8	1.41	0.6	3.6	3.68	0.53	3.78	0	0
Compraventa de artículos diversos	0.34	0.32	0	0.3	0.45	0.52	0.53	0.34	0	0
Servicios de instituc. nac. de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de inst. de crédito privadas	0.03	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Organizaciones auxiliares de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.35
Bolsas de valores y soc. de inversión	0.03	0.21	0	0	0	0	0	0.34	0	0
Instituciones de seguros	0.17	0.1	0	0	0	0	0	0	0	0
Serv. colat. a instituciones de seguros	1.34	0.54	1.72	0	0.45	0	0.8	0.34	0.25	0
Servicios relacionados con inmuebles	1.71	1.62	2.04	2.42	5.85	1.31	0.8	4.81	1.51	0.7
Servicios profesionales	2.13	6.73	0.94	2.42	13.5	0.52	2.13	5.49	0.75	0.35
Servicios técnicos	1.95	2.38	0.94	1.81	3.15	0.78	2.94	5.15	1	1.76
Alquiler a empresas (excep. inmueb.)	0.1	0.32	0	0	0.9	0	0.53	0	0	0
Alquiler para el público en general	0.2	0.65	0.31	0.81	1.35	1.31	0.26	0.68	1	0.7
Servicios de alojamiento temporal	0.24	0	0.15	0.6	0.45	0	0	4.81	0	0
Prep. y servicio de alimen. y bebidas	15.8	8.46	17.9	18.1	13	12.1	12	8.93	26.9	18.7
Prep. y serv. de bebidas alcohólicas	0.92	1.62	1.88	0.9	2.7	0	0.26	1.37	0.78	0
Servicios recreativos	0.3	0	0	1.81	0	0.52	0.53	0.68	0	0.35
Servicios de esparcimiento	0.2	0.54	0.31	0.90	0.45	0	0.8	0	0.28	0
Serv. de recreación y esparcim. diver.	0.03	0.1	0	0	0.48	0	0	0.68	0	0.38
Reparación de vehículos y sus partes	6.11	1.52	10.2	7.87	5.4	13.4	4.54	7.9	15.1	11.3
Rep. de apar. de uso pers. y del hogar	2.95	0.32	1.57	0.9	1.35	3.15	2.13	3.09	6.04	3.88
Servic. de aseo, limpieza y sanitarios	2.3	1.73	1.88	1.81	2.25	3.42	4.01	3.78	2.51	1.42
Servicios diversos para el hogar	2.09	0.32	2.04	2.42	2.25	1.57	1.6	0.34	2.77	1.41
Servicios de enseñanza académica	0.17	0.21	0	0.3	0.45	0	0.26	0.68	0	0
Capacitación en artes y oficios	0.37	0.21	1.1	0.6	0.45	0.52	0	0.34	0	0.38
Bibliotecas, museos y similares	0	0	0	0	0	0	0	1.03	0	0
Servicios médicos	6.73	3.9	2.51	3.33	3.6	4.47	1.6	2.06	2.261	1.06
Servicios de asistencia social	0	0.1	0.15	0	0	0	0	0	0	0
Servicios veterinarios y auxiliares	0.1	0.1	0.15	0.6	0	0.26	0	0	0	0.39
Asoc. comerc. profesionales y cívicas	2.85	0.54	4.71	5.15	2.25	5.78	8.28	2.74	6.54	6.71
Organizaciones laborales y políticas	0.03	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Organizaciones religiosas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	99.64	99.7	99.3	99.73	99.85	103.1	99.6	99.84	100.2	99.47

Fuente: Elaboración con base en el padrón de licencias municipales del Ayuntamiento de Tijuana. Porcentaje de establecimientos por rama de actividad.

CUADRO 3 (continuación)
Estructura de las áreas comerciales centrales (por distrito)

Juárez (23)	Inde- pen- dencia (12)	Ma- dero (24)	Fco. Villa (20)	Las Pal- mas (56)	Obre- ra (42)	Buena- vista (30)	Con- tre- ras (57)	Ej Mr- rador (2)	20 de Nov. (31)	Pos- tal (27)	Unidad Ind. Nva. Tijuana (17)	Soler (3)	Sánchez Tu- boada (29)
2.04	0.88	1.86	1.56	0.60	2.56	0.45	1.02	2.52	3.35	0.64	2.85	1.38	1.36
0.81	1.32	0.62	0.39	3.61	0.85	2.73	0	2.02	2.68	2.56	1.42	0.69	1.81
29.7	9.29	7.45	17.2	4.21	29.4	14.6	6.66	21.2	15.4	12.8	17.8	11.8	51.8
4.08	7.52	5.59	10.1	10.2	7.26	10	34.3	6.06	3.35	7.69	4.28	6.25	9.54
0.81	1.32	1.24	0.78	3.61	0.85	0.91	2.56	1.51	0	0	0.71	0	0.45
2.04	3.53	3.1	2.74	5.42	2.99	3.19	6.15	2.02	1.34	2.56	1.42	2.77	3.16
0.81	1.76	1.86	1.17	2.4	0.42	0.43	5.05		0.64	0.64	2.14	0.69	0
3.26	1.76	4.1	2.35	6.02	2.56	1.36	12.8	4.04	2.01	3.2	2.14	3.47	2.27
0	0.44	2.48	0	0	0.85	0.45	0.51	1.01	2.01	0	0.71	4.86	0
0	1.76	0.62	0.39	0	0.42	0.91	0	0	1.34	0.64	0	0.69	0
0	0	0.62	0	0	0.42	0	0.51	0	0	0	0	0	0
5.71	1.76	4.34	1.56	4.21	2.99	1.82	1.02	2.52	5.36	2.86	9.28	5.55	4.54
0.63	3.98	0	2.35	0	0	0.45	0	1.51	1.34	0.64	0	0.69	0.9
0.4	0.88	1.24	0	2.4	0	0.45	0	0	1.34	1.28	1.42	0	0
1.4	1.44	0.62	0.39	1.2	0	0.45	0	0.5	0.67	0	0	0.69	0.45
0	0.44	0.62	0	0	0	0	0.51	0	1.34	0	0.71	0	0
3.26	3.53	3.1	3.52	2.4	4.27	6.39	3.07	4.04	10	5.76	4.28	6.25	3.18
0.4	0	3.72	0	1.2	0	0.45	0.51	0	2.01	0	2.85	0.69	0
0.4	0	0	0	1.6	0	0	0	0	1.34	0.64	1.42	0.69	0.45
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0.81	0	0.62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.69	0
0	0	0	0	0	0	0	0.51	0	0	0.64	0	0.69	0
2.44	3.09	1.56	1.17	0	1.28	1.36	1.02	2.02	2.01	0	3.57	1.38	0.45
2.44	1.32	8.69	0.78	3.61	0	0.45	0.51	1.01	1.34	1.28	5	0.69	0
2.04	0.88	3.1	0.39	3.01	1.7	0.45	0	2.51	0.67	1.28	1.42	0	0.9
0	0	0	0	0.6	0	0	0	0	0	0	0.71	0	0
0.4	0.88	0.62	0	0.6	0	1.82	0	1.51	0	1.28	0	1.38	0.45
0	0	0.62	0	1.8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7.75	17.6	11.8	13.3	16.8	10.6	13.2	10.2	8.08	12.7	19.8	13.5	9.72	2.27
1.22	0	1.24	0	0.6	0	0	0	0	0.67	0	0.71	0	0
0	0.44	0	0	0.6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0.6	0	0.45	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0.39	0	0	0.45	0.81	0	0	0.64	0	0	0
6.53	13.2	6.21	10.5	7.22	7.69	10.5	4.1	10.1	9.39	10.8	9.28	13.8	5.9
2.04	5.3	1.24	6.66	1.2	3.84	1.82	2.56	5.05	2.01	3.2	2.14	4.16	2.27
4.89	3.09	5.59	5.49	4.81	5.98	5.02	2.05	8.58	3.35	4.48	4.28	4.86	1.36
2.85	3.98	2.48	1.96	2.4	2.56	1.52	1.02	1.51	0.67	2.56	0.71	2.77	0.9
0.4	0	0.24	0	0.6	0	0	0	0	0	0	0.71	0.69	0
0	0.44	0.62	0	0	0	0	0	0	0	0.64	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.89	2.65	8.69	3.13	4.81	2.99	1.82	1.53	3.03	6.04	4.48	2.85	2.08	3.63
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.3	6.19	3.1	11.3	1.2	7.26	15.5	4.1	6.56	5.36	7.05	1.42	9.72	1.81
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
99.75	99.67	99.9	99.57	99.1	99.74	99.78	99.78	98.91	99.76	99.74	99.73	99.79	99.8

Algunas actividades son muy importantes en todos los distritos, mientras que otras sólo lo son para algunos de ellos. Un análisis más detallado de estas diferencias podrá contribuir a tener una idea más precisa de tal diferenciación. (Véanse mapas 2, 3 y 4).

La compraventa de alimentos y bebidas preparados en tiendas de abarrotes, misceláneas, vinaterías, refresquerías, etc., es una actividad importante en casi todos los distritos. Las únicas tres excepciones son los distritos del centro tradicional, Chapultepec y La Mesa, donde esa actividad apenas si representa entre el 4 y el 5% del total de establecimientos. Ésta, que es una actividad predominantemente asociada a las demandas más inmediatas de abasto de la población, proporcionalmente fue más importante en los distritos Sánchez Taboada, Obrera y Juárez.¹⁵

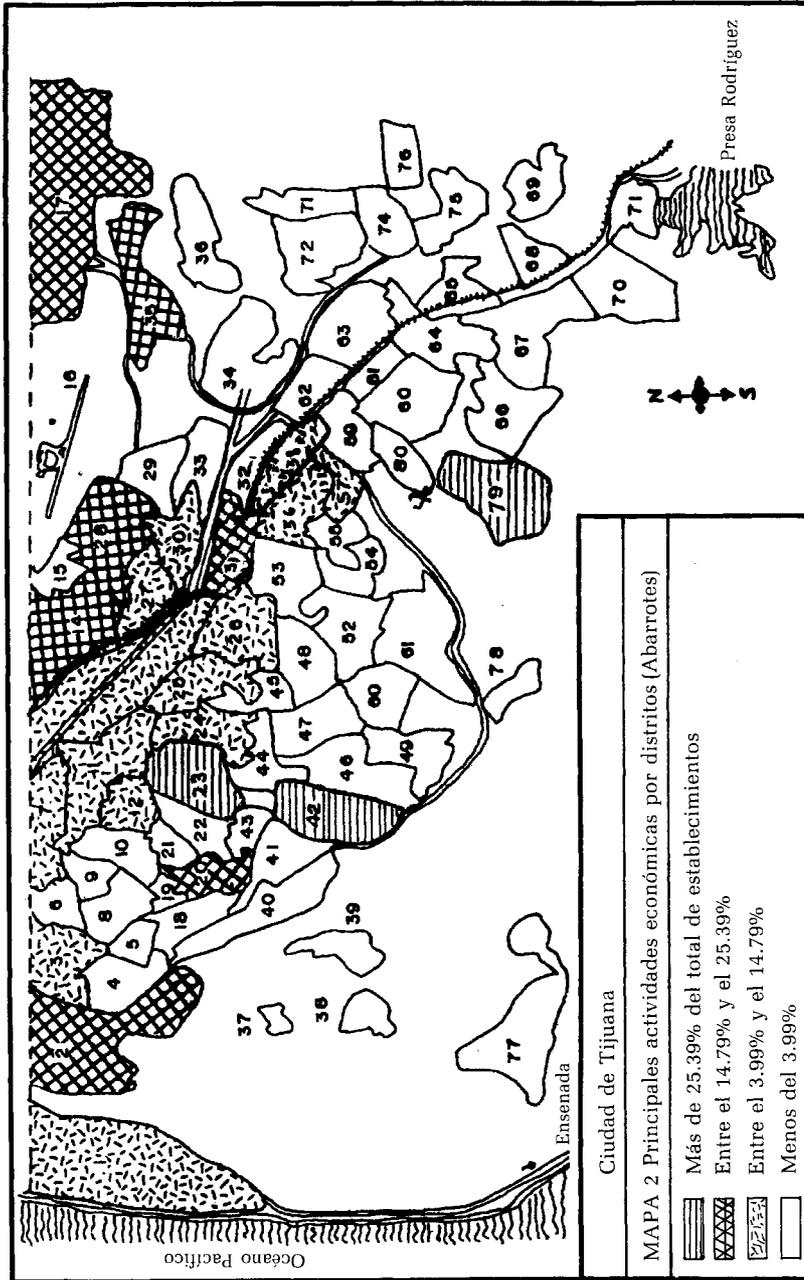
En dichos distritos, los abarrotes representaron más del 25% del total de establecimientos instalados, e incluso en el Sánchez Taboada, ese tipo de negocios representaron más de la mitad de los que se instalaron entre 1982 y 1987. En el caso de este distrito, así como en la Obrera, dos factores que muy probablemente están asociados son, por un lado, las características de la demanda que ahí se localiza, y por el otro, el relativo aislamiento que dichas colonias tienen con respecto al resto de la ciudad.

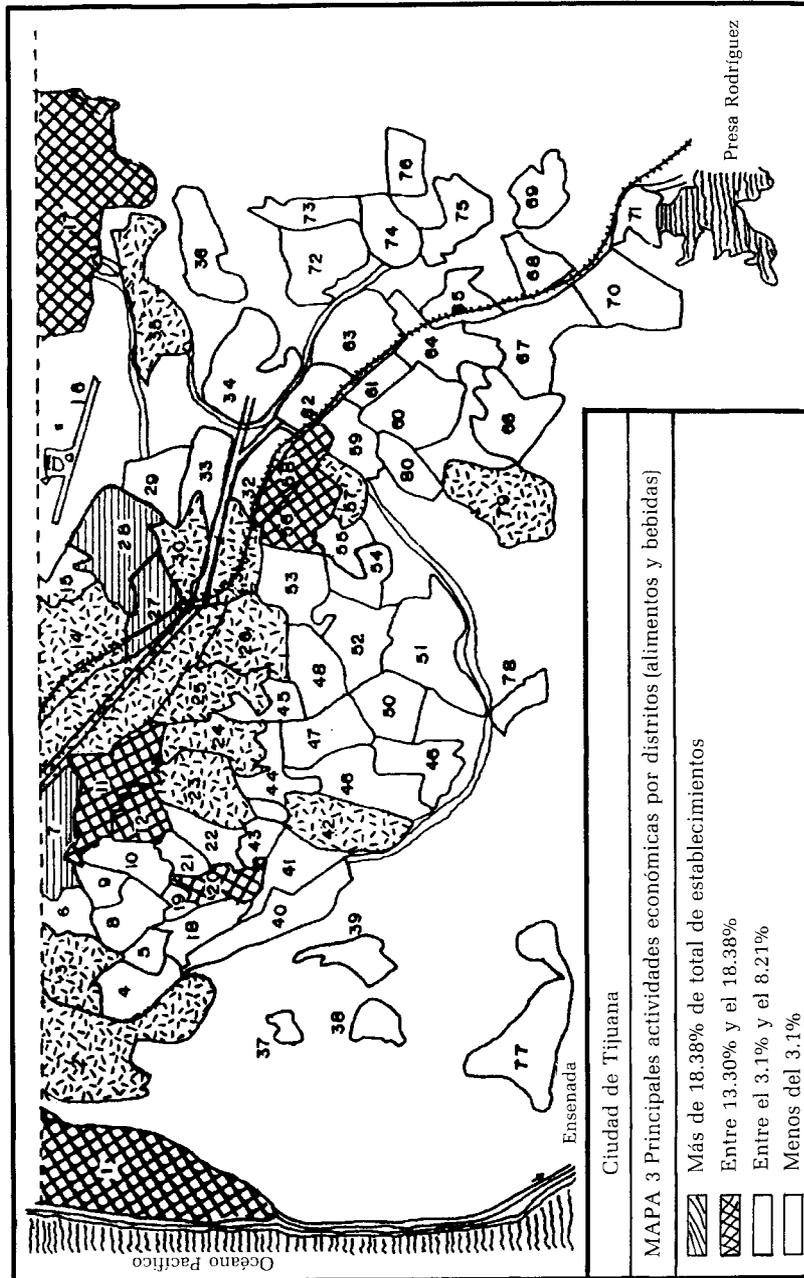
En efecto, ambas colonias son eminentemente populares, y son áreas urbanas de acceso relativamente difícil. Es decir, se trata de áreas urbanas no favorecidas por el proceso de diferenciación espacial, y en ese sentido las posibilidades de que su espacio sea usado para fines comerciales y de servicios se limita a las actividades más elementales.

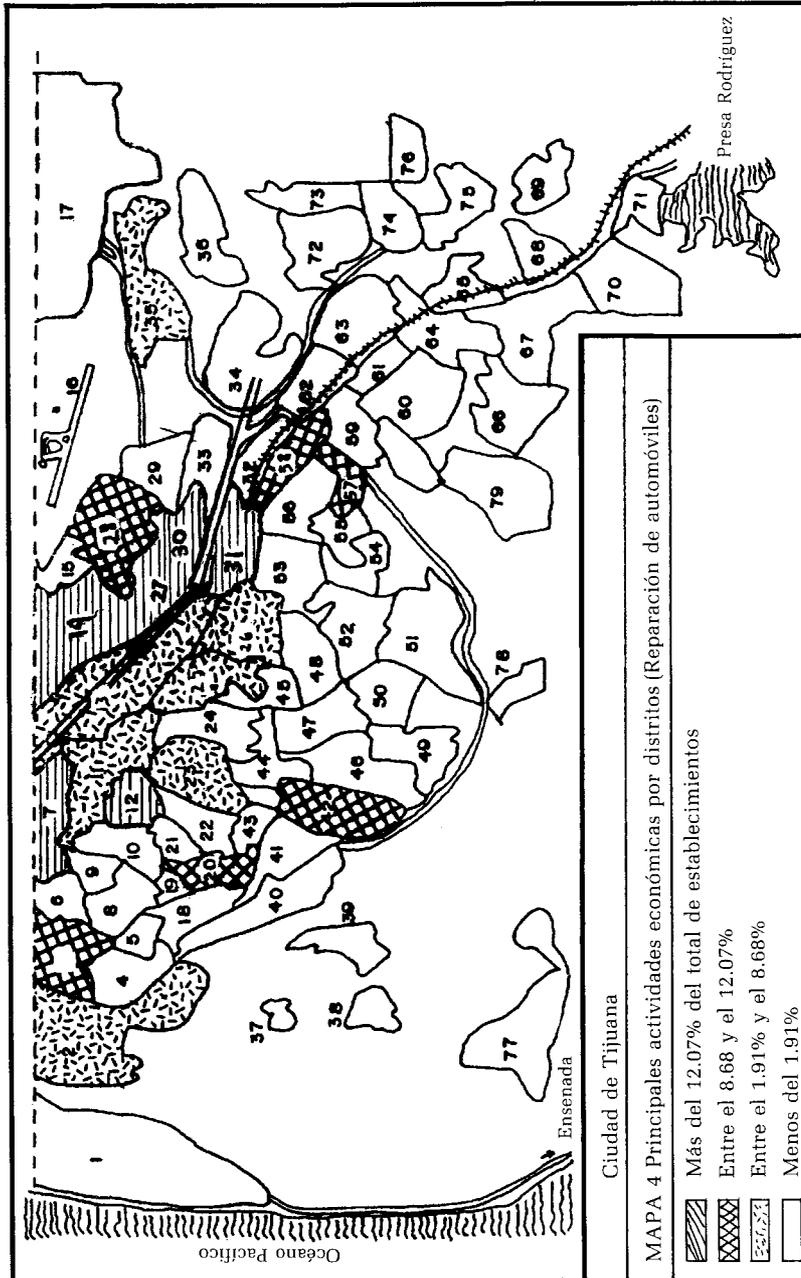
Hay siete distritos donde el porcentaje de establecimientos de abarrotes oscila entre el 14 y el 25%. Éstos son: El Mirador, Francisco Villa, 20 de Noviembre, Libertad, Tomás Aquino, Mesa de Otay y Nueva Tijuana. En el resto de los distritos el porcentaje es inferior al 14%. Esto, en comparación con lo que ocurre en los distritos anteriores, se puede considerar un nivel bajo de participación.

Otra de las actividades que está muy extendida en casi todas las áreas comerciales centrales es la de preparación y servicio de alimentos y bebidas. Los restaurantes, los bares, cafeterías, loncherías, etc., son negocios que tienen altas posibilidades de operar

¹⁵ Una vez más, el criterio para agrupar los distritos en su rango respectivo ha sido el uso de las medidas de dispersión sobre el porcentaje de establecimientos de cada rama de todos los distritos. Los niveles que siguen siendo entonces por debajo de la media, entre ese punto y la primera desviación estándar y el resto de la distribución.







con éxito en Tijuana y más concretamente en ciertas áreas de la misma.

A diferencia de los abarrotes, los establecimientos de alimentos y bebidas, tienen una mayor tendencia a localizarse en áreas con mejores condiciones. En los años recientes, esas posibilidades se han explotado sobre todo en los distritos Postal, Tomás Aquino y Zona Norte, en donde más del 18% del total de establecimientos instalados se dedicaba a ese servicio. Asimismo, en distritos como el centro de la ciudad, La Mesa, Independencia, Francisco Villa, Playas de Tijuana y Ciudad Industrial participaron entre un 13 y 18%, y finalmente en el resto de los distritos, entre ellos la Zona del Río, Mesa de Otay, etc., ese porcentaje fue menor al 13%, quedando en el extremo el distrito Sánchez Taboada que apenas si alcanzó el 2 por ciento.

Un factor que no debe hacerse a un lado es que en distritos con mejores condiciones como la Zona del Río o el Centro tradicional se implantan los negocios relativamente más grandes. Los efectos útiles que proporciona la ciudad en dichas áreas tienden entonces a ser aprovechados por los grandes inversionistas del ramo.

Así, en los distritos Centro, Zona del Río, Calette, Madero-Cacho y Chapultepec se instalaron después de 1982 un total de 31 restaurantes clasificados como turísticos, que en conjunto representan el 81% del total de establecimientos con esa categoría. Éstos dan empleo al 84% de las personas que laboran en ese tipo de negocios, y representan el 86.9% de la oferta de ese servicio.¹⁶

Un tercer grupo de actividades que también está muy extendido en todos los distritos que forman las áreas comerciales centrales es el relacionado con la reparación de vehículos. A este grupo pertenecen las tapicerías, talleres eléctricos y mecánicos, talleres de laminados y pintura, etcétera.

Lo interesante de la estrategia espacial de este tipo de negocios es su capacidad para adaptarse a la presión que ejerce el espacio urbano de crecimiento comercial acelerado. Su tendencia ya no es tanto a permanecer en las áreas de mayor centralidad como el centro de la ciudad y la Zona del Río, sino a ubicarse en sus inmediaciones y en menor grado en áreas relativamente apartadas.

Es así como en varios de los distritos que rodean esa zona, los

¹⁶ Según información proporcionada por la Cámara Nacional de la Industria de los Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC). Esta información cubre hasta el 19 de agosto de 1987. La clasificación como turístico es otorgada a cada establecimiento por la propia Cámara, con base en indicadores del servicio, y la calidad de los alimentos.

talleres de todo tipo para automóvil representaron más del 12% del total de establecimientos instalados durante el periodo 1982-1987. De hecho, sólo uno de los distritos en este nivel no está ubicado en esa zona. Por otra parte, también representaron un porcentaje relativamente importante en distritos como El Soler, Obrera, Francisco Villa, La Mesa, Contreras, y Tomás Aquino. En contraste, en el centro de la ciudad sólo representaron el 6% que no deja de ser una cifra alta, si se tiene en cuenta la gran concentración que en total se tiene en dicha zona, y en el caso de Zona del Río apenas representaron una cifra ligeramente superior al 1 por ciento.

Además de las actividades descritas en detalle hasta este momento, se encontró, que en los distritos de mayor centralidad (Centro-Zona del Río-La Mesa), también son importantes la compraventa de otros artículos para el hogar y artesanías, la venta de ropa y artículos de vestir, los servicios médicos en el centro, los servicios profesionales en la Zona del Río y la comercialización de materiales para construcción en La Mesa.

Sin ir más adelante en el estudio del cuadro que presenta la composición por actividades de la estructura comercial de los distritos, es fácil observar que el dinamismo de ese sector tiene una expresión espacial diferenciada al interior de la ciudad. Es evidente que no todos los capitales encuentran las mismas posibilidades de obtener ganancias en las mismas condiciones y que a distintas actividades donde éstos son invertidos también se presentan distintos patrones de distribución al interior de la ciudad.

Se puede decir que también existen elementos para suponer que el nivel de concentración de establecimientos implica una concentración en el empleo. Si bien es cierto que esa relación no es muy directa (puesto que mientras mayores son los establecimientos, su número tiende a disminuir), si la comparación se hace entre establecimientos con características más o menos similares, tal concentración se hace evidente.

Conclusiones

La dinámica comercial que se ha registrado en Tijuana en los últimos años ha contribuido a marcar en la ciudad pautas de crecimiento que ya se presentaban. La ubicación geográfica de la ciudad, en el límite de dos países con grado diferencial de desarrollo, es sin duda el factor estructural más importante en la tendencia de organización urbana. La diferenciación espacial que resulta de los patrones de localización de establecimientos al interior de la

ciudad es una clara expresión de esa influencia. Para los capitalistas individuales del sector comercial la concentración en pocas zonas de la misma constituye una buena estrategia para lograr sus objetivos de obtención de ganancias. En los últimos años el proceso de diferenciación espacial ha logrado consolidar los espacios comerciales tradicionales y al mismo tiempo ha iniciado nuevas concentraciones en otros rumbos de la ciudad. Por las condiciones en que se da el desarrollo urbano en Tijuana, es claro que la presencia del capital comercial seguirá siendo importante en el futuro. Muchos de los establecimientos que se han registrado en el estudio se han ubicado en grandes centros comerciales en los que se ha iniciado una etapa de concentración de capital. Uno de los efectos más importantes de las nuevas tendencias es sin duda el incremento de la presión sobre el espacio urbano que puede provocar un fuerte desplazamiento de actividades de las áreas más favorecidas.

Apéndice metodológico

Formación de distritos

Para facilitar el manejo de información era necesario contar con unidades territoriales que por un lado permitieran usar las fuentes consultadas y por el otro tuvieran un tamaño más o menos uniforme. Para tal efecto se procedió a la formación de distritos en la siguiente manera:

Límites. Puesto que la información consultada se puede ubicar por colonias, todos los distritos tienen un límite que coincide con el de las colonias que lo forman. Para su formación se siguió el plano de la ciudad elaborado en la Dirección de Control Urbano de la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas Estado (SAHOPE).

Tamaño. Con el propósito de dar mayor homogeneidad al tamaño de los distritos que se formaron, se trató de igualarlo con el de las Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB), que se han definido para fines censales en el Instituto de Estadística, Geografía e Informática de la Secretaría de Programación y Presupuesto. Para combinar este criterio con el anterior fue necesario hacer algunos ajustes.

Distrito y colonia. Si una colonia es mayor que la AGEB a la que pertenece, el tamaño del distrito se iguala con el de la colonia. Ejemplo de ello son la Zona Central (donde además se incluyó a la Zona Este), la Zona del Río y la colonia Libertad. En este mismo

grupo se consideró a la colonia Campestre Murua, que junto con la zona urbana del Ejido Chilpancingo formaron un distrito.

Distrito y AGEB. Cuando la colonia es notoriamente menor que la AGEB a la que pertenece, el tamaño del distrito sigue en términos generales el tamaño de dicha AGEB, modificándose en aquellos casos donde una colonia se divide en dos AGEB pero sólo aparece en un distrito. De la misma forma, si una colonia es igual que una AGEB, se considera también como distrito, por ejemplo el caso de la Divina Providencia.

La lista que se presenta a continuación muestra las colonias que se incluyeron en cada distrito. Cabe señalar que sólo están en la lista las colonias que registraron cuando menos uno de los datos que se buscan en las fuentes que se consultaron.

Lista de colonias de las ciudad de Tijuana según distrito

Distrito	Colonia	Distrito	Colonia
1	Costa Azul	17	Garita de Otay
1	Playas de Tijuana	17	Cd. Ind. Nva. Tijuana
2	Miramar	18	Ciudad Jardín
2	Lázaro Cárdenas	19	Benito Juárez
2	El Mirador	19	Lomas del Pacífico
2	Los Laureles	20	Francisco Villa
2	Gran Tenochtitlan	21	Guerrero
3	Lomas Misión del Sol	22	Progreso
3	Soler	22	Ciudad Johnson
4	Los Altos	22	Hidalgo
5	Lomas del Porvenir	23	Juárez
5	Lomas de Tijuana	23	Morelos
6	Alemán	23	México
7	Zona Norte	24	Madero
7	Castillo	25	Gavilondo
8	Herrera	25	Neidhar
8	Unión	25	Revolución
8	Santa Rosa	25	Calette
9	Roma	25	Chapultepec Doctores
9	Lindavista	25	América
10	Altamira	25	Cubillas
10	Ascona	25	Marrón
11	Zona Centro	25	Dávila
12	Independencia	26	Aviación
13	Garita San Ysidro (Arts.)	26	Jardines de Chapultepec
13	Federal	26	Hipódromo
13	Zona del Río	26	Chapultepec
14	Libertad	27	Postal y López Leyva
15	Las Californias	27	Ruiz Cortinez
15	Aeropuerto	28	Tomás Aquino

(continuación)

Lista de colonias de las ciudad de Tijuana según distrito

Distrito	Colonia	Distrito	Colonia
28	Fraccionamiento 70-76	51	Aguaje de la Tuna
28	Del Río	51	Internacional
28	Alfonso Garzón	51	Luis Echeverría
29	Otay Universidad	52	El Planetario
29	Lomas Taurinas	52	Villa Lomas
29	Indeco Universidad	52	Burócratas Hipódromo
30	Sepanal	52	La Herradura
30	Buenavista	53	Lomas de Agua Cte.
30	Mineral de Santa Fe	53	El Paraíso
30	Anexa Buenavista	54	Colinas de Agua Cte.
31	Del Prado	55	Los Olivos
31	20 de noviembre	55	Montebello
32	El Pedregal	55	Hipódromo 2
32	Espanoles	56	Reynoso
33	Guadalupe Victoria	56	Alcalá
33	Chamizal	56	Las Palmas
34	Murúa	56	Electricistas
34	Los Álamos	56	San Carlos
35	Otay Jardín	56	Jardines de San Carlos
35	Otay Constituyentes	56	Angélica
36	Campestre Murúa	56	Leos Montoya
36	Chilpancingo	56	Camichín
37	Divina Providencia	56	Alicia Carrillo
38	Flores Magón	56	Guillén
39	Salvatierra	56	López Lucio
40	Pedregal de Santa Julia	57	Sonora
40	Niños Héroe	57	Contreras
41	Chihuahua	57	Real del Monte
41	Manuel Paredes	57	Sonoíta
42	Obrera	57	Magaña
43	La Cima	58	Dimenstein
44	Monterrey	58	Moreno
44	Guadalajara	58	Santa Cruz
45	Chulavista	58	Anáhuac
46	Valle del Rubí	58	Las Lilas
46	Chapultepec	58	Los Ángeles
47	Tejamen	58	Sandoval
47	La Sierra	58	La Mesa
48	Rancho el Grande	59	Fuentes
48	Cataviña	59	Durango
49	Terrazas del Pacífico	59	Chapultepec California
49	Jardines del Rubí	59	Veracruz
49	Terrazas del Rubí	59	Esmeralda
50	F. Ballesteros	60	Las Huertas

(continuación)

Lista de colonias de las ciudades de Tijuana según distrito

Distrito	Colonia	Distrito	Colonia
60	La Villa	66	Reforma
60	Guanajuato	67	Baja California
60	Plan de Iguala		
60	Lomas Conjunto Residencial	67	Los Pinos
60	Balcones	67	Fraccionamiento Campos
		67	Jardines de la Mesa
60	Jalisco	68	Alba Roja
60	Ramos	68	Los Venados
61	Las Brisas	69	Praderas
61	Las Vegas	69	Porvenir
61	Ramírez	69	Azteca
61	Benton	70	Los Reyes
62	Fortín de las Flores	70	García
62	Fraccion. San Antonio	71	Fraccionamiento Tona
63	Yamille	71	La Presa
63	Ex distrito de riego	72	El Lago
64	Pinos de Agüero	73	Ampliación Guaycura
64	Orizaba	74	Guaycura
64	La Floresta	75	Cerro Colorado
64	Luna Park	75	Capistrano
64	Castro	75	José López Portillo
64	Rubio	75	Kino
64	La Ciénega	75	Los Saucillos
65	Constitución	76	Presidentes
65	Las Arboledas	77	La Jolla
65	18 de Marzo	77	El Tecolote
65	Zermeño	78	Panamericano
66	Esperanza	79	Sánchez Taboada
66	Infonavit Latinos	80	Emperadores

Bibliografía

- Alonso, William, *Location and land use. Toward a general theory of land rent*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1964.
- Berry, Brian y John Kasarda, *Contemporary Urban Ecology*, McMillan, Nueva York, 1977.
- Bilbao, Elena, *La frontera de San Ysidro: conmoción comercial y estrategias adaptativas ante la crisis mexicana*. Cuadernos Cefnomex, Tijuana, 1986.
- Castells, Manuel, *La cuestión urbana*, Siglo XXI Editores, México, 1985.

- _____, *Problemas de investigación en sociología urbana*, Siglo XXI Editores, 1981.
- Centro de Investigaciones Históricas UNAM-AUBC, *Historia de Tijuana. Semblanza general*, UABC-XI Ayuntamiento de Tijuana, Tijuana, 1985.
- Consejo Nacional de Población, *Estudio sociodemográfico de Baja California*, México, 1984.
- Harris, C.D. y E. Ullman, "The Nature of Cities", en *Annals of American Academy of Political and Social Science*, vol. 242, 1945.
- Harvey, David, *The limits of capital*, Basil Blackwell, Oxford, 1982.
- Hoyt, Homer, *Principles of Urban Real State*, The Ronald Press Co., Nueva York, 1948.
- Isard, Walter, *Location and Space Economy. A general Theory relating to industrial location, market areas, land use, trade, and urban structure*, MIT-John Wiley and Sons Inc., Nueva York, 1956.
- Johnson, James, *Geografía urbana*, Oikos Tau, Barcelona, 1980.
- Price, John, *Tijuana: Urbanization in a border culture*, University of Notre Dame Press, Notre Dame, 1973.
- Produtsa, 7 meses de trabajo, Tijuana, 1983.
- Rendón P., Josefina, *Apuntes históricos de Tijuana*, edición privada, Tijuana, 1972.
- Soja, Edward, "The socio-spatial dialectic", en *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 70, 1970.
- Theodorson, George, *Urban patterns: studies in Human Ecology*, Pennsylvania State University Press, University Park, 1982.
- Topalov, Christian, *Ganancias y rentas urbanas. Elementos teóricos*, Siglo XXI Editores, Madrid, 1984.
- _____, *La urbanización capitalista: algunos elementos para su análisis*, Edicol, México, 1979.
- Valenzuela, M. Basilia, *Estudio de los flujos de turistas de Estados Unidos hacia Tijuana: la participación de los mexicano-americanos en el proceso de interacción social*, tesis de maestría, El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, 1988.