

“COLIMA. TRANSFORMACIÓN DE UNA CIUDAD MONOCÉNTRICA A UNA CIUDAD POLICÉNTRICA”

*Mtro. José Luís Villa Aguijosa
Mtro. Carlos Bonilla Jiménez¹*

Introducción

A largo de las últimas décadas, el área comercial del centro histórico de la Ciudad de Colima, ha presentado un proceso de cambio y evolución en su estructura comercial, motivado, en gran parte, por el surgimiento de nuevos modelos comerciales en la ciudad, caracterizados estos, por cambios en los hábitos de consumo de la población, un proceso acelerado de urbanización, la incorporación de nuevos esquemas tecnológicos y de mercadotecnia y el surgimiento de nuevas el área de mercado como resultado del crecimiento de la mancha urbana y el establecimiento de centros y plazas comerciales nuevos. En este sentido, la Ciudad de Colima, en los últimos 20 años ha presentado cambios en su estructura, ya que de ser una ciudad en su mayoría constituida por área rural, paso a ser conurbada.

Otro hecho importante, resultado de la expansión de la ciudad, es el incremento de las distancias que los consumidores tenían que recorrer hacia el único mercado concentrado que era precisamente el Centro de la Ciudad, eso en buen medida, explicó el surgimiento de nuevas concentraciones económicas, especialmente comerciales alternativas al Centro de la Ciudad y por lo tanto periféricas a la misma. Es decir, la Ciudad de Colima ha pasado de una fisonomía monocéntrica a una policéntrica.

Al mismo tiempo, el centro de la Ciudad de Colima, a través de las décadas, ha presentado una evolución tanto en su área comercial, como en su zona habitacional y residencial, ya que hasta antes de los años 70 era la única zona comercial que había en la ciudad de Colima, después con la llegada del primer centro comercial en 1975, el centro dejó de ser la única área comercial, y aunque este centro comercial no fue gran competencia para el comercio del Centro Histórico, continuó la llegada de nuevas formas de centros comerciales a la ciudad de Colima, en la década de los 90s se instalan nuevos supermercados, impactando en los

¹ Facultad de Economía, Universidad de Colima

comercios tradicionales ya que ofrecían a la población otra forma de mercado y consumo, y con ellos incluso de status.

La presencia de los supermercados, aunada a los cambios socio demográficos consistente en un incremento de las formas urbanas de vida y en particular el surgimiento de las familias con pocos hijos y en las que las mujeres se incorporan a actividades productivas y sociales, influyeron en los cambios de consumo de la población de Colima, dando paso a la forma tradicional del mercado y de los comercios del Centro al del supermercado y la plaza comercial.

En este sentido, el presente trabajo busca presentar un panorama socioeconómico de las el área de mercado que actualmente dan forma policéntrica a la Ciudad de Colima (zona conurbada Colima-Villa de Álvarez), a partir del principio metodológico de que el crecimiento de la ciudades inducen al surgimiento de nuevos asentamientos humanos y con ello de nuevas el área de mercado, las cuales cuentan con un centro o nodo comercial dinámico. Estas el área de mercado no serán homogéneos sino heterogéneos, desplazando así al centro “histórico” comercial tradicional de la Ciudad de Colima

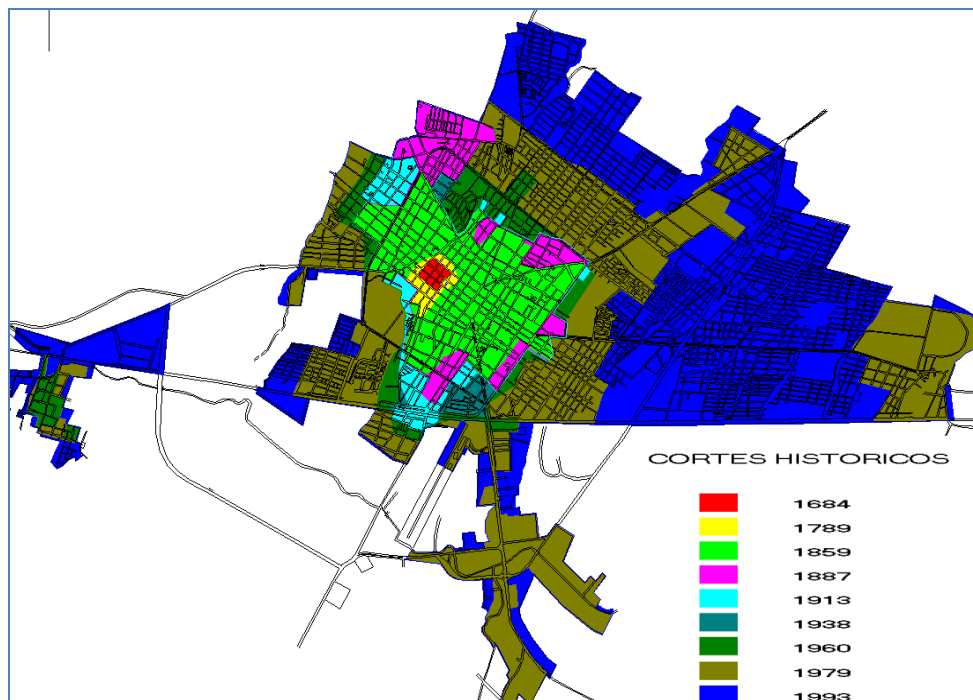
Crecimiento de la mancha urbana y desconcentración del las actividades comerciales

Conforme la ciudad de Colima se fue expandiendo, ha dejado de ser el centro histórico el lugar concentrador de las actividades económicas, políticas y culturales, transformándose así, de una ciudad monocéntrica a una policéntrica. El centro de la Ciudad de Colima a través de las décadas ha presentado una evolución tanto en su área comercial, como en su zona habitacional y residencia.

Esto se debe a que, de acuerdo con el Programa Habitat-Sedesol (2005), “...nuestras ciudades, es decir las sociedades urbanas (y notoriamente las grandes áreas metropolitanas) se encuentran huérfanas de la función socio espacial que es la centralidad, sin la cual es prácticamente imposible que se construya y se reproduzca la sociabilidad urbana. Es cierto que la economía de las ciudades se ha descentralizado, en particular la actividad comercial, pero los nuevos “centros” o las nuevas “plazas” comerciales son centralidades monofuncionales y segregadas. Con el abandono de sus centros, nuestras ciudades están perdiendo mucho más que un conjunto de monumentos y de espacios que son testimonios de su pasado histórico,

arquitectónico y urbano. Están perdiendo el centro, la plaza, como espacio de encuentro entre generaciones, entre géneros y grupos socioeconómicos.”

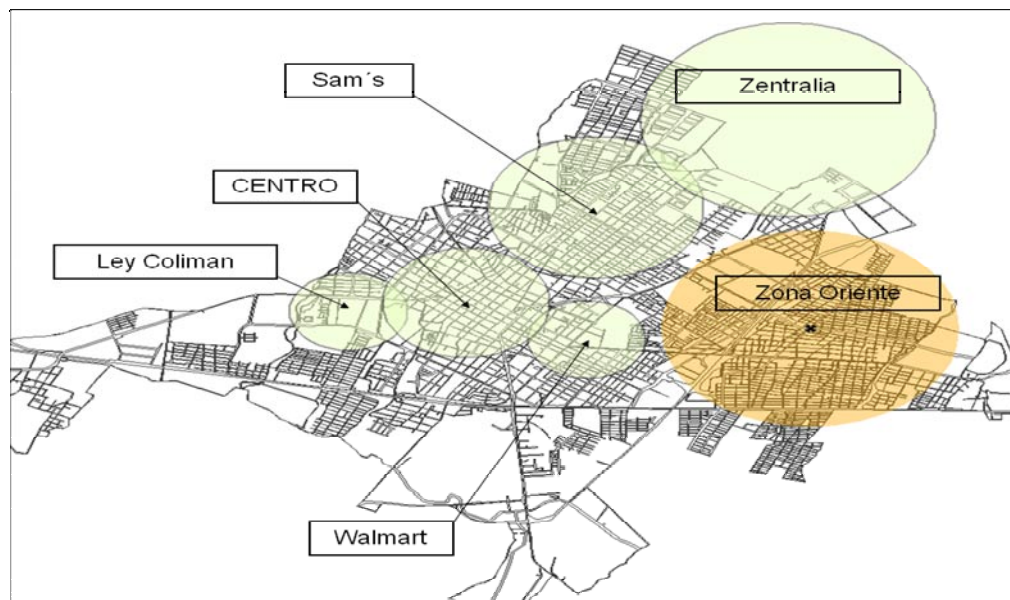
Mapa 1. Mapa de la Evolución de la zona urbana de la ciudad de Colima. INEGI, 2008.



Área de mercado de la Ciudad de Colima

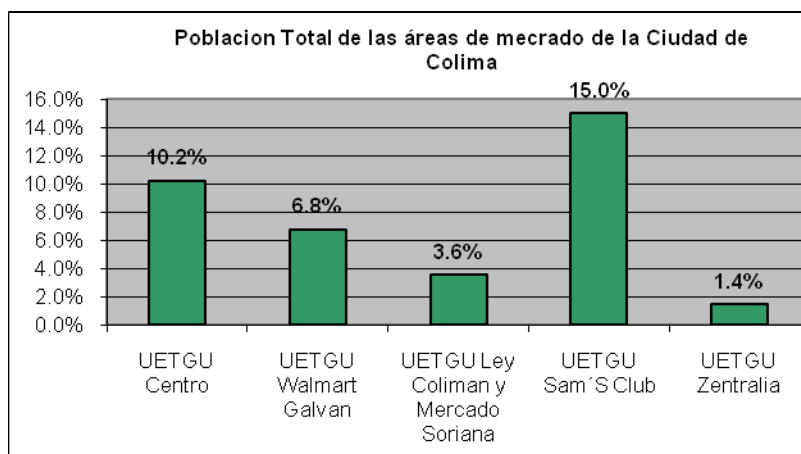
En la medida en que la ciudad fue creciendo, como se señaló anteriormente, se fueron creando nuevas el área de mercado a raíz de la instalación de centros y plazas comerciales. De esta manera, se e identificaron cinco centros de comercio con sus el área de mercado, las cuales se denominaron en función de los nombres comerciales de los centros y plazas comerciales allí ubicados quedando así: 1) Centro de Colima, 2) Wal-Mart Galván, 3) Ley Colimán-Mercado Soriana, 4) Av. Felipe Sevilla del Rio y 5) Zentralia; se ubicó una sexta área potencial indicada como Zona Oriente, en la que se observa un nodo que está presentando una creciente concentración actividades comerciales y de servicios. (Ver mapa 2)

Mapa 2. Nodos y El área de mercado de la Ciudad de Colima



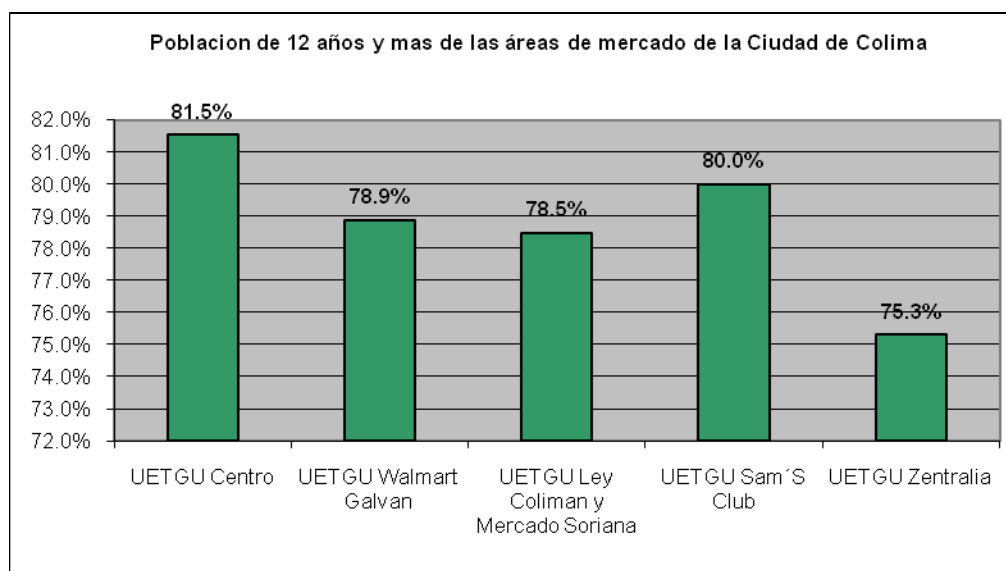
Población

Las cinco áreas de mercado identificadas en la zona urbana de Colima cuentan con una población de 45,739 habitantes, lo que representa el 37% de la población total en la mancha urbana. El con mayor concentración poblacional es el área de mercado Sam's Club con el 15% de la población total de la zona urbana, le sigue el Área Centro con 10.2% de la población total, en tercer lugar se encuentra el área Walmart Galván con 6.8% del total de la zona urbana, le sigue el área Ley Coliman y Mercado Soriana con una población de 3.6% del total de la zona urbana y en último lugar se encuentra el Área Zentrália que representa el 1.4% de la población total.



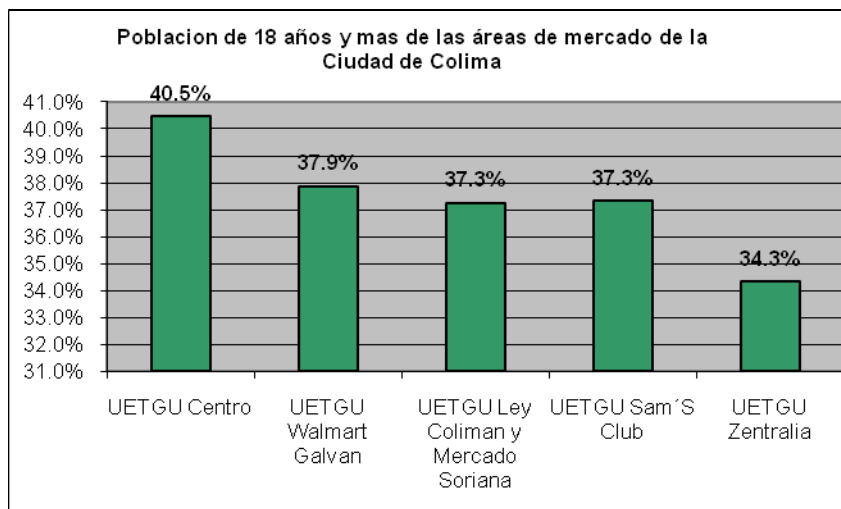
Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

En las cinco unidades económicas existen 36,539 habitantes mayores de 12 años de edad, en el área comercial del Centro esta población representa el 81.5%, le sigue el Área Sam's Club con el 80% del total de su población, después el Área Walmart Galván con 78.9% le sigue el Área Ley Coliman y Mercado Soriana con 78.5%, por último el Área Zentralia es la unidad con menor población mayor de 12 años con 75.3%.



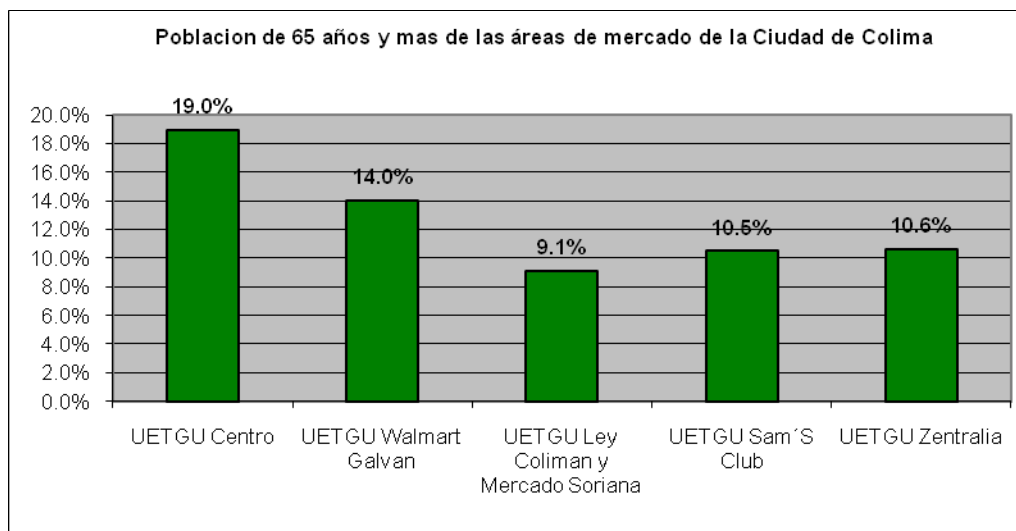
Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

El área de mercado identificada con mayor número de habitantes mayores de 18 años de edad es el Área Centro, ya que del total de su población el 40.5% están en ese rango de edad, le sigue el Área Walmart Galván con el 37.9% de su población, después el Área Sam's Club con un porcentaje de 37.3%, después el Área Ley Coliman y Mercado Soriana con 37.3%, por último el Área Zentralia con 34.3% de su población mayor de 18 años de edad.



Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

El área Ley Coliman y Mercado Soriana es la que menos población de 65 años y más, ya que representa el 9.1% de su población, le siguen el Área Sam's Club con el 10.5%, el área Zentralia con el 10.6% de su población es mayor de 60 años de edad, área Walmart Galván con el 14% y por ultimo sigue el Área Centro con el 19%.

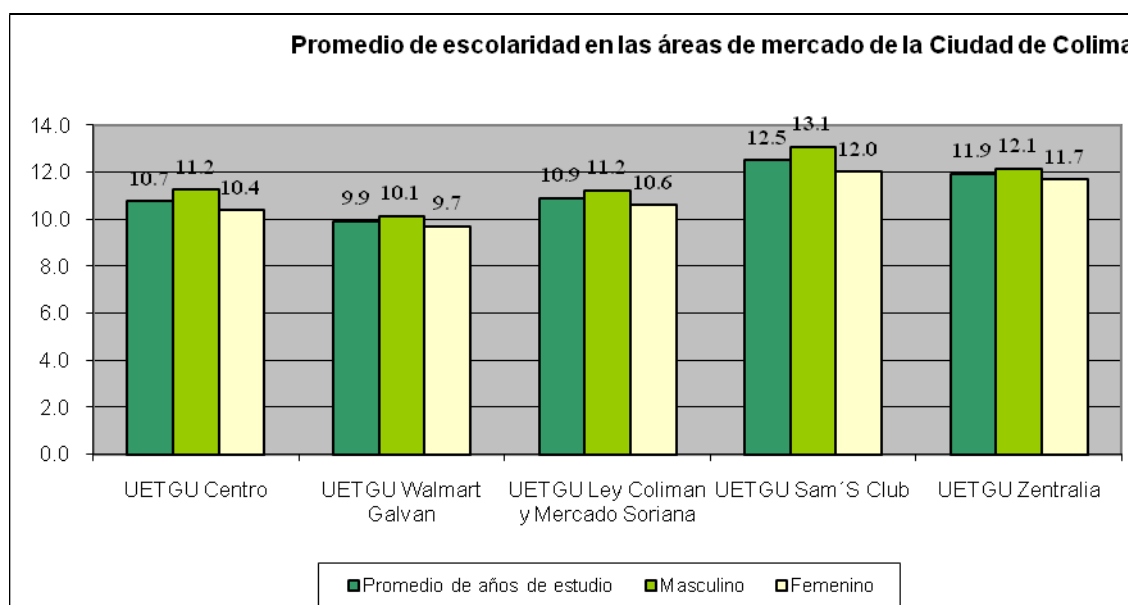


Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

Educación

El grado de escolaridad en la Ciudad de Colimase es 11.1 años, en donde los hombres tienen una mayor instrucción académica comparado con las mujeres.

En el área Centro la población tiene un promedio escolar de 10.7 años, los hombres estudian 11.2 años y las mujeres 10.4 años. En las áreas de mercado: Walmart Galván el promedio de escolaridad es de 9.9 años, los hombres estudian 10.1 años y las mujeres 9.7 años; en el área Ley Coliman y Mercado Soriana se estudian en promedio 10.9 años, los hombres estudian 11.2 años y las mujeres 10.6; en el área Sam's Club es la que tiene un mayor promedio de escolaridad con 12.5 años: los hombres estudian 13.1 años y las mujeres 12.0 años, y en el Área Zentralia se estudian en promedio 11.9 años, los hombres estudian 12.1 años y las mujeres 11.7 años.



Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

De cada 100 personas mayores de 15 años en el Área Centro, 2 personas no cuentan con escolaridad, 26 personas cuentan con educación básica incompleta, 16 personas cuentan con educación básica completa y 8 personas cuentan con educación posbásica.

En el Área Walmart Galván de cada 100 personas mayores de 15 años, 3 no tienen escolaridad, 29 cuentan con educación básica incompleta, 18 cuentan con educación básica completa y 9 personas cuentan con educación posbásica.

En el Área Ley Coliman y Mercado Soriana de cada 100 personas, 2 no tienen escolaridad, 29 cuentan con educación básica incompleta, 17 cuentan con educación básica completa y 8 cuentan con educación posbásica. En el Área Sam's Club, 1 de cada 100 personas mayores de 15 años no tienen escolaridad, 13 cuentan con educación básica incompleta, 11 cuentan con educación básica completa y 5 cuentan con educación posbásica. En el Área Zentralia de cada

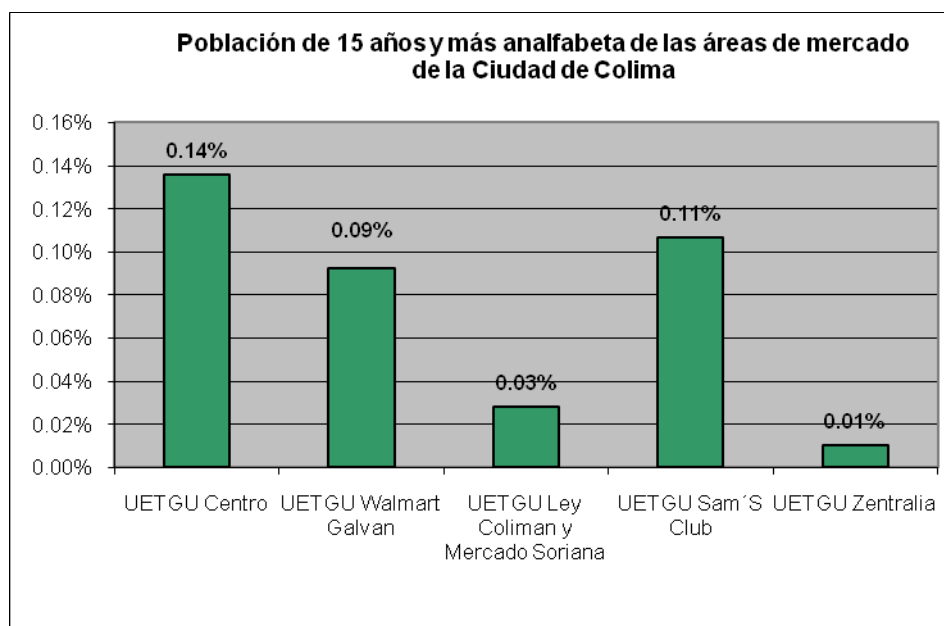
100 personas mayores de 15 años, 1 persona no tiene escolaridad, 20 cuentan con educación básica incompleta, 13 cuentan con educación básica completa y 7 cuentan con educación posbásica.

En todas las UETG urbanas, la población de 15 años y más con educación básica incompleta es la que predomina es decir en promedio de cada 100 personas 22 cuentan con educación básica incompleta, en segundo lugar se encuentra la población de 15 años y más con educación básica completa con un promedio de 15 personas, lo que significa que las primeras personas cuentan con algún grado aprobado de primaria o secundaria mientras que los segundos cuentan con primaria y secundaria terminada dentro del sistema educativo y pese a los esfuerzos realizados por el sistema educativo nacional, aún persisten serios problemas de rezago educativo entre la población de 15 años y más.

Población mayor de 15 años, de cada 100 habitantes de las áreas de mercado de la Ciudad de Colima					
ÁREA DE MERCADO Áreas	Población mayor de 15 años	Población de 15 años y más sin escolaridad	Población de 15 años y más con educación básica incompleta	Población de 15 años y más con educación básica completa	Población de 15 años y más con educación posbásica
ÁREA DE MERCADO Centro	9778	2	26	16	8
ÁREA DE MERCADO Walmart	6236	3	29	18	9
ÁREA DE MERCADO Ley Coliman y Mercado Soriana	3244	2	20	17	8
ÁREA DE MERCADO Sam's Club	13878	1	13	11	5
ÁREA DE MERCADO Zentralia	1252	1	20	13	7

Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

En las áreas de mercado de la Ciudad de Colima, en general el porcentaje de analfabetismo es bajo, por ejemplo en el Área Zentralia el 0.01% de su población es analfabeta mientras que en el Área Ley Coliman y Mercado Soriana es de 0.03%, en el Área Walmart Galván es de 0.09%, en el Área Sam's Club es de 0.11% y siendo la más alta el Área Centro con un porcentaje de 0.14%.



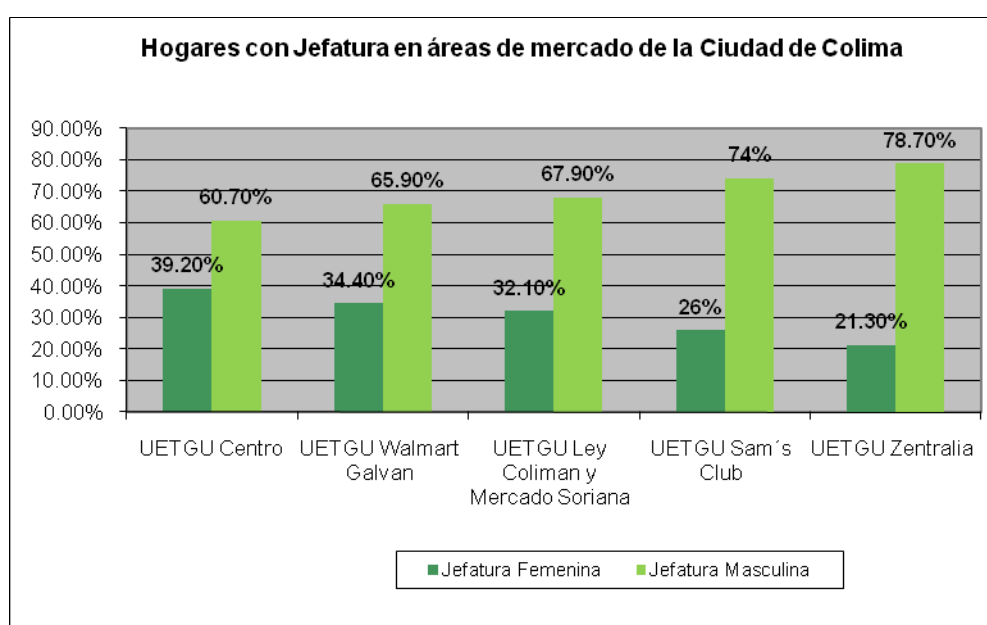
Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

Hogares

De 45,739 hogares que comprenden las cinco áreas de mercado de la Ciudad de Colima, 12,643 hogares se encuentran en el área Centro en donde el 60.7% cuenta con jefatura masculina y el 39.2% con jefatura femenina. En el área Walmart Galván existen 8,382 hogares de los cuales el 65.5% cuentan con jefatura masculina y el 34.4% femenina. En el área Ley Coliman y Mercado Soriana existen 4,397 hogares de los cuales el 67.9% cuentan con jefatura masculina y el 32.1% femenina. En el área Sam's Club existen 18,531 hogares de los cuales el 74% cuentan con jefatura masculina y el 26% con femenina. Por último, en el Área Zentrallia existen 1,786 hogares de los cuales el 78.7% cuentan con jefatura masculina y el 21.3% femenina.

Los hogares con jefatura masculina se advierte una alta presencia de cónyuges (89%), los hogares con jefatura femenina presentan en su mayoría la ausencia de estos (90%). Esta situación puede ser explicada, "ya que los jefes de hogar tienen mayores posibilidades de compartir con otro adulto las labores tanto remuneradas como no remuneradas que demanda al hogar, situación que para las jefas resulta menos probable. La explicación a este fenómeno se encuentra en una conjunción de los

elementos enunciados anteriormente: los hogares con jefatura femenina tienen menores ingresos, pero a la vez presentan un menor número de miembros y una menor tasa de dependencia. A su vez, en los hogares con jefatura masculina, tanto el número de miembros como la tasa de dependencia son mayores, debido a que los cónyuges tienen una alta tasa de actividad doméstica no remunerada (44%). El trabajo doméstico que desarrollan estas mujeres evita que una alta proporción de los hogares biparentales deban destinar ingresos para la compra de estos servicios en el mercado”².



Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de Población y Vivienda 2005.

Vivienda

En las áreas de mercado en total existen 13,041 viviendas:

- 5,179 se encuentran en el área Sam's Club, de las cuales 5,142 se encuentran habitadas, y en promedio las ocupan, 3.55 personas.
- En el área Centro se encuentran 3,804, de las cuales 3,771 se encuentran habitadas y en promedio las habitan 3.26 personas.

² Vivian Milosavljevic, Análisis de la medición de la pobreza desde la perspectiva del género.

- En el área Walmart Galván se encuentran 2,385, de las cuales 2,374 se encuentran habitadas y en promedio 3.53 personas las ocupan.
- En el área Ley Coliman y Mercado Soriana se encuentran 1,201, de las cuales 1,197 se encuentran habitadas y 3.62 personas las ocupan.
- En el área Zentralia se encuentran 472 viviendas, de las cuales 450 se encuentran habitadas y en promedio las ocupan 3.65 personas.

ÁREA DE MERCADO / Áreas	Centro	Walmart Galván	Ley Coliman y Mercado Soriana	Sam's club	Zentralia
Total de viviendas habitadas	3804	2385	1201	5179	472
Viviendas particulares habitadas	3771	2374	1197	5142	450
Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas	3.26	3.53	3.62	3.55	3.65
Fuente: Elaboración propia con base en el censo de población y vivienda 2005.					

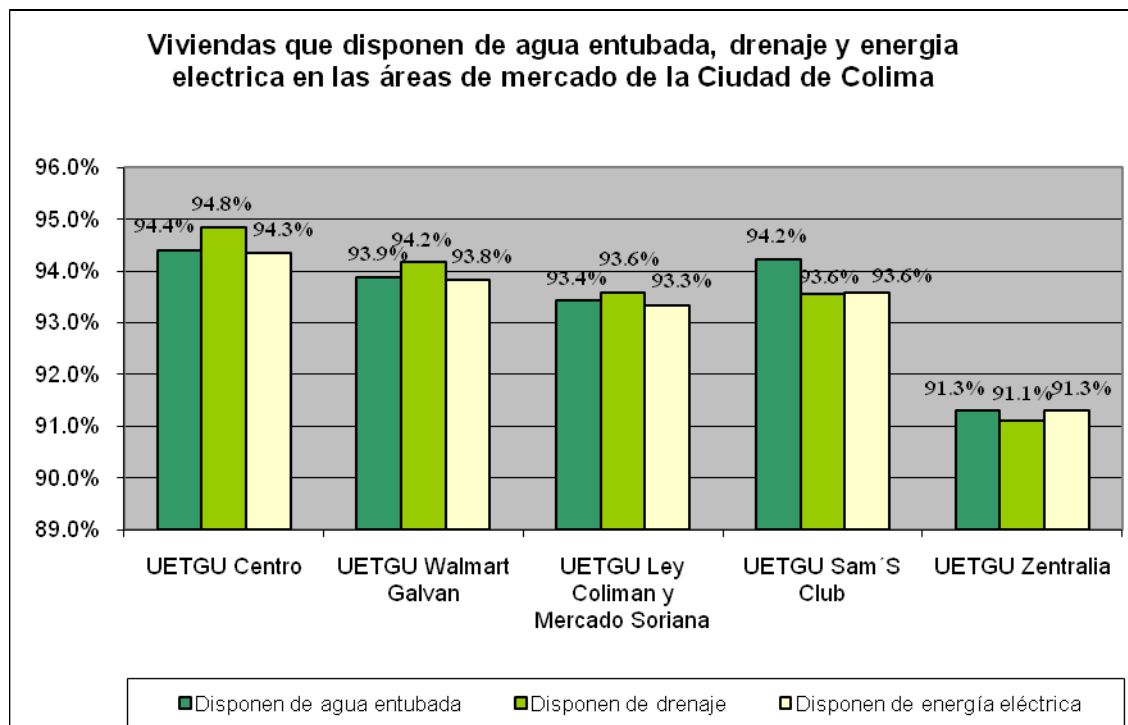
El 93% de las viviendas cuentan con los servicios de agua entubada, drenaje y energía eléctrica. En las área Centro el 94.4% de su vivienda cuenta con agua entubada, el 94.8% cuenta con drenaje y el 94.3% cuenta con energía eléctrica.

En el área Walmart Galván el 93.9% de sus viviendas cuentan con agua entubada, el 94.2% cuenta con drenaje y el 93.8% cuenta con energía eléctrica.

En el área Ley Coliman y Mercado Soriana el 93.4% de sus viviendas cuentan con agua entubada, el 93.6% cuenta con drenaje y el 93.3 cuenta con energía eléctrica.

En el área Sam's Club el 94.2% del total de sus viviendas cuentan con agua entubada, el 93.6% cuenta con drenaje y el 93.6 cuenta con energía eléctrica.

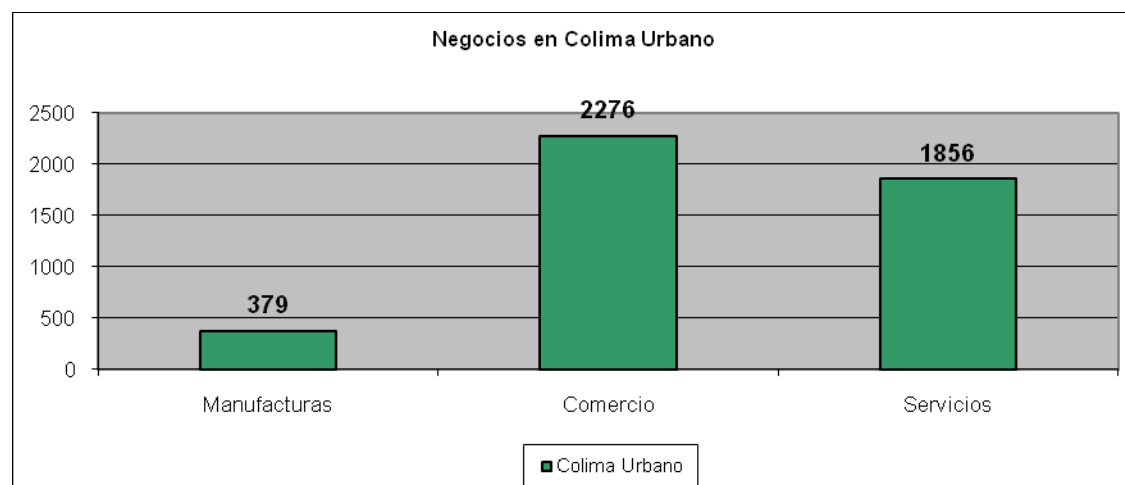
Por último, en el área Zentralia el 91.3% de sus viviendas cuentan con agua entubada, el 91.1% cuenta con drenaje y el 91.3% cuenta con energía eléctrica.



Fuente: Elaboración propia con base en el Censo de población y vivienda 2005.

Economía

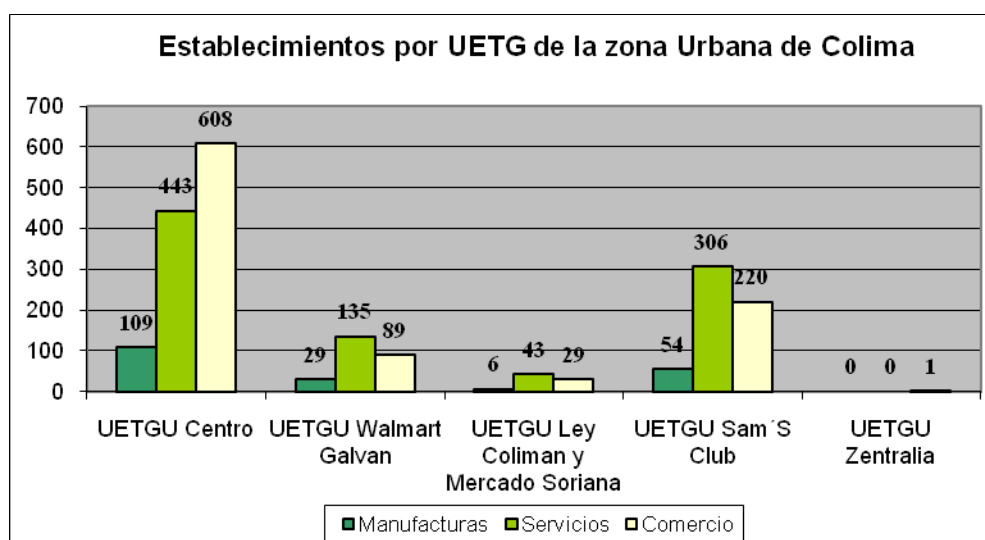
Según el Censo Estatal de Unidades Económicas realizado en el 2003 por la Secretaría de Fomento Económico (SEFOME) del Gobierno del Estado, junto con la Cámara Nacional de Comercio (CANACO) y el Centro de Información para el Desarrollo del Estado de Colima (CIDECOL), se identificó que en la zona urbana de Colima existen 4,511 establecimientos de los cuales 2,276 son de comercio, 1,856 son de servicios, y 379 son de manufactura.



Fuente: elaboración propia con base en la base de datos de CIPLADE.

El Área Centro es la de mayor número de establecimientos en total son 1,361 y en ella predominan los establecimientos de tipo comercio, con 608 establecimientos del tipo comercio, le sigue los servicios con 518 establecimientos y 109 son de manufactura.

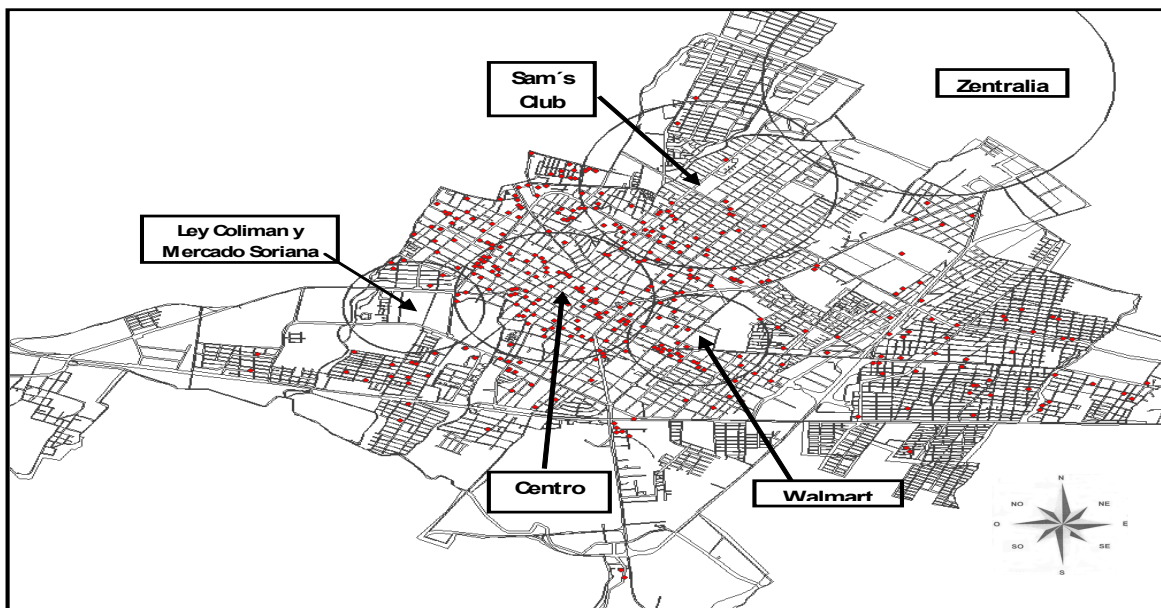
La segunda área de mercado con mayor número de establecimientos es el Sam's Club con 1,106, en esta área de mercado predominan los establecimientos de tipo servicio, ya que del total de establecimientos 306 pertenecen a los servicios, 220 al comercio y 54 a la manufactura.



En tercer lugar se encuentra el Área Walmart Galván con 273 establecimientos, donde predominan los establecimientos de servicios, ya que del total 135 son de servicios, le sigue el comercio con 89 y con 29 los establecimientos de manufactura.

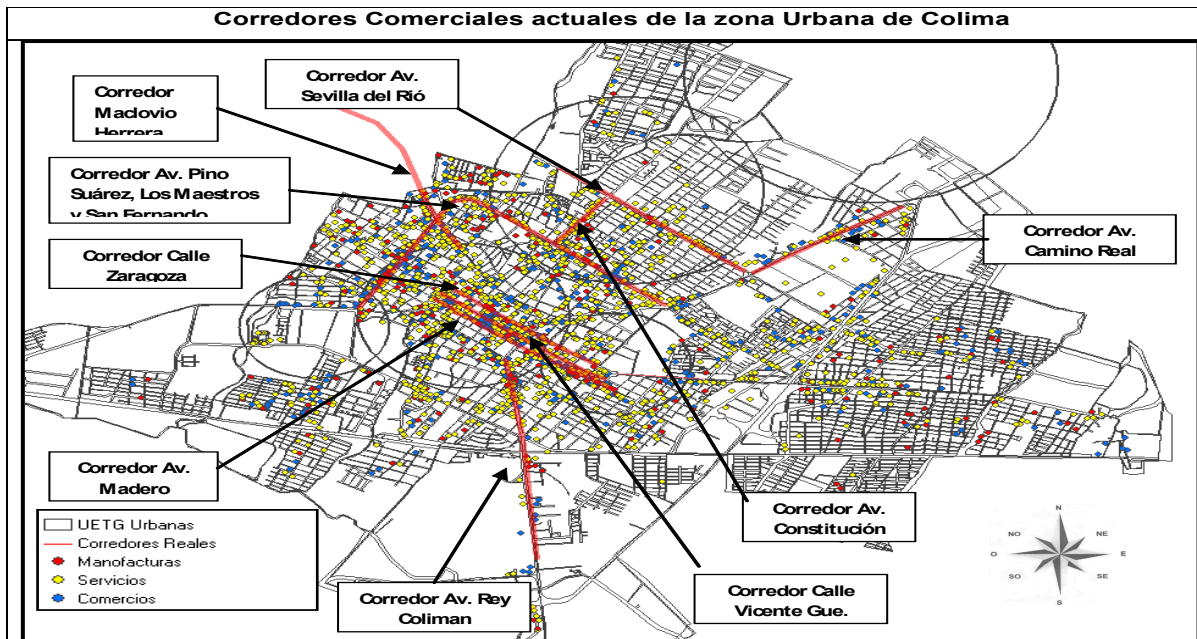
En cuarto lugar se encuentra el Área Sam's Club con 78 establecimientos de los cuales 43 son de servicios, 29 de comercio y 6 son de manufacturas. Por último el Área Zentralia en total cuenta con tan solo un establecimiento (Plaza Comercial) y es de comercio.

Negocios manufactureros en las áreas de mercado de la Ciudad de Colima



Fuente: elaboración propia con base en la base de datos de CIPLADE.

Corredores Comerciales actuales de la zona Urbana de Colima



Fuente: Elaboración propia con base en el IRIS V. 4.0.2

Conclusiones

Es indudable que la Ciudad de Colima se ha ido convirtiendo, a partir de los años 70s en una ciudad policéntrica, en la cual su Centro Histórico tradicional concentrador de las actividades comerciales, de servicios, manufactureras y administrativas ha ido perdiendo peso ante la presencia de nuevos modelos comerciales en la ciudad, la expansión de la mancha urbana y el surgimiento de nuevas el área de mercado por el establecimiento de centros y plazas comerciales nuevos.

Este proceso no solo ha provocado, como se indicó anteriormente, que el centro de la Ciudad perdiera su rol concentrador, sino que presenta una transformación característica de los centros históricos. Dentro de estas características, los centros históricos cuentan, como lo señala García Espinosa con aspectos positivos como el surgimiento de movimientos asociativos que velan por los intereses de residentes, comerciantes y otros agentes implicados en el Centro Histórico; promoción de una imagen comercial común; inversiones públicas importantes (remodelación de mercados, peatonalización, renovación del alumbrado público, dotación de servicios estacionamientos en las proximidades, renovación urbanística y remodelación de plazas, recuperación de monumentos emblemáticos, embellecimiento de fachadas), captación de nuevos negocios derivado de la mejora del entorno.

En relación con los aspectos negativos, destacan: despoblamiento y abandono de viviendas; envejecimiento de la población, pequeño porcentaje de población joven; alta tasa de paro en la población residente activa; mayor índice de vivienda de alquiler; obsolescencia de infraestructuras urbanas; escasez de equipamientos urbanos; fuerte competencias comercial: existencias de áreas comerciales; pérdida de atracción comercial y declive de las actividades económicas; nuevos establecimientos y oferta de nuevos productos ubicados en otras zonas.

Muestra de ello, es que se ubica como:

1. la segunda área de mercado en población
2. La de menor población menor de 12 años de edad
3. La de mayor población de más de 65 años de edad
4. 4º lugar en promedio de escolaridad de la cinco áreas de mercado
5. La número 1 en analfabetismo

6. La de mayor porcentaje de hogares con jefas de familia
7. La segunda en número de viviendas
8. La de menor hacinamiento en las viviendas
9. La de mayor cobertura en agua entubada, drenaje y energía eléctrica
10. La de mayor número de establecimientos predominando los comerciales

Bibliografía

1. **GARCÍA, Espinosa, S**, CENTROS HISTÓRICOS ¿HERENCIA DEL PASADO O CONSTRUCCIÓN DEL PRESENTE? AGENTES DETONADORES DE UN NUEVO ESQUEMA DE CIUDAD, REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, obtenido en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-39.htm>.
2. INEGI. "LAS CIUDADES DE MÉXICO. UNA VISIÓN HISTÓRICO URBANA". http://mapserver.inegi.gob.mx/geografia/espanol/prodyserv/prods-geograficos/cdscapitales/ciud_cap.cfm?c=222
3. INEGI. "CONTEO DE DE POBLACIÓN 2005.
4. PROGRAMA HABITAT-SEDESOL. 2005
5. H. AYUNTAMIENTO DE COLIMA-UNIVERSIDAD DE COLIMA. "ESTUDIO DE VOCACIONAMIENTO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE COLIMA". 2008