

UNIVERSIDAD DE SONORA

División de Ciencias Sociales

Departamento de Sociología y Administración Pública

**MODERNIZACIÓN DEL SUR DE LA CIUDAD DE HERMOSILLO,
SONORA, MÉXICO. SUS EXPRESIONES DE CAMBIO, PLAZA
SENDERO COMO REFERENTE.**

TESIS

Que para obtener el Título de:

LIC. EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA:

MARISOL ESTRADA GUERRERO

HERMOSILLO, SONORA

DICIEMBRE 2013

Repositorio Institucional UNISON



“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Índice general

	Introducción	1
1.	Antecedentes de la ciudad moderna	7
1.1	Antecedentes y Características de Hermosillo, Sonora	8
1.2	Historia del centro comercial	11
1.3.	Características del centro comercial	14
1.4	Dinámica demográfica del Sureste de Hermosillo	17
1.5	Población Joven en el sureste de Hermosillo	23
1.6	Efectos de la globalización en el espacio urbano	27
1.7	Espacio lúdico y de consumo	29
1.8	El caso planteado por Ramírez Kuri, Transformaciones Espaciales y modernidad urbana	31
2.	Políticas y Espacios urbanos	33
2.1	Descentralización de la ciudad de Hermosillo	34
2.2	Políticas urbanas	42
2.3	Consumo, Tiempo libre y recreación en la Plaza comercial	46
2.4	Descripción y usos de Plaza Sendero Hermosillo	51
3.	Modernidad Urbana	60
3.1	Ciudad de Servicios e industrial	61
3.2	Polos intraurbanos	63
3.3	Nuevas Plazas comerciales en Hermosillo	65

3.4	Artefactos de Globalización	76
3.5	Expresiones de modernización	77
3.6	Espacio público Vs. Espacio privado	80
4.	Relación de la expansión e industrialización de la Ciudad	
	con los Centros comerciales	85
4.1	Crecimiento de la mancha urbana de Hermosillo	86
4.2	Legibilidad e imagen de la ciudad	91
4.3	Especialización de la ciudad de Hermosillo	94
4.4	Infraestructura de la ciudad actual	97
4.5	Ford y su papel en la industrialización y modernización	
	De Hermosillo y del sur de la ciudad	99
	Conclusiones	110
	Bibliografía	117

Índice de Figuras

Figura 1.1 Sonora y sus características	9
Figura 1.2 Modelo de vivienda dúplex en Nuevo Hermosillo	19
Figura 2.1 Usos de suelo del centro de Hermosillo	36
Figura 2.2 Vista del mercado municipal de Hermosillo	37
Figura 2.3 Sociedad de artesanos Hidalgo anterior a su remodelación	38
Figura 2.4 Sociedad de artesanos Hidalgo después de su remodelación	38
Figura 2.5 Plaza bicentenario en Hermosillo	38
Figura 2.6 Afueras de mercado municipal	39
Figura 2.7 Interior Plaza Sendero Hermosillo	52
Figura 2.8 Tiendas en Plaza Sendero	52
Figura 2.9 Vista exterior de la Plaza	54
Figura 2.10 Food court de Plaza Sendero	55
Figura 2.11 Vista panorámica de Plaza Sendero	57
Figura 3.1 Sectores económicos de Sonora	60
Figura 3.2 Ubicación de Plazas comerciales en Hermosillo	66
Figura 3.3 Vista de Plaza Ley Sahuaro	68
Figura 3.4 Ubicación de Ley Sahuaro	68
Figura 3.5 Vista de Pabellón reforma	69
Figura 3.6 Ubicación de Pabellón Reforma	69
Figura 3.7 Vista de Plaza Sendero	70
Figura 3.8 Ubicación de Plaza Sendero	70
Figura 3.9 Vista de Plaza Girasol	71
Figura 3.10 Ubicación de Plaza Girasol	71
Figura 3.11 Vista de Plaza Dila	72

Figura 3.12 Ubicación de Plaza Dila	72
Figura 3.13 Vista de City center	73
Figura 3.14 Ubicación de City center	73
Figura 3.15 Vista de Galerías mall	74
Figura 3.16 Ubicación de Galerías mall	74
Figura 3.17 Ranking ciudades de México 2013	79
Figura 4.1 Expansión de la mancha urbana de Hermosillo de 1900 al año 2000	87
Figura 4.2 Infraestructura del sur de Hermosillo	92
Figura 4.3 Distribuidor en Luis Encinas y Solidaridad	92
Figura 4.4 Distribuidor vial Morelos	92
Figura 4.5 Distribuidor Altares	92
Figura 4.6 Distribuidor Periférico Sur	93
Figura 4.7 Especialización sectorial en México	94
Figura 4.8 Distribuidor vial La colorada	97
Figura 4.9 Otra vista de distribuidor La colorada	97
Figura 4.10 Modelo de parabus Hermosillo	97
Figura 4.11 Vista de Puente en Gallo	97
Figura 4.12 Vista de Paso a desnivel El Gallo	98
Figura 4.13 Ubicación de Ford y proveedores	102
Figura 4.14 Modelo Fusion fabricado en Ford Hermosillo	103

Gráficas

1.1 Población sureste de Hermosillo	17
1.2 Población sector sureste año 2000	20
1.3 Población sector sureste año 2010	20
1.4 Número de viviendas sector sureste año 2000	21
1.5 Número de viviendas sector sureste año 2010	21
1.6 Población 15 a 24 años sector sureste	26
1.7 Población 15 a 24 años sureste año 2000	27
1.8 Población 15 a 24 años sureste año 2010	27

Tablas

3.1 Centros comerciales en Hermosillo	66
3.2 Población que atiende Plaza Ley Sahuaro	68
3.3 Población que atiende Pabellón Reforma	69
3.4 Población que atiende Plaza Sendero	70
3.5 Población que atiende Plaza Girasol	71
3.6 Población que atiende City center y Plaza dila	73

Cuadros.

2.1 Equipamientos de Ocio y recreación	49
4.1 Habitantes de Hermosillo de 1990 a 2010	89
4.2 Expansión en Hermosillo de 1900 al 2030	90
4.3 Población ocupada en los sectores económicos en Sonora	95
4.4 Empleos directos e indirectos por Ford Motor Co.	100
4.5 Empresas proveedoras de Ford en Sonora	102
4.6 Impactos causados por Ford en Hermosillo de 1985-2006	106

Agradecimientos:

Debo expresar mi agradecimiento a cada persona: profesores, amigos, compañeros y familiares que me acompañaron y me apoyaron.

A mi director de tesis Dr. Jesús Enríquez Acosta por su apoyo, orientación y seguimiento durante el proceso, por su tiempo. Muchas Gracias.

A mis sinodales Trinidad Chávez y Juan Gálvez por sus valiosas sugerencias.

A mis Padres: Reyes y Maricela que me impulsaron en cada paso que di en mi formación como persona e hija, por su paciencia y comprensión. Sin ustedes nada habría sido posible. Los amo y les doy las Gracias.

A mis hermanas: Belem y Gloria por estar siempre conmigo y ser mis cómplices de vida.

Por último agradezco a la Universidad de Sonora por ser la institución educativa y refugio durante mi estancia.

Gracias Siempre, a todos.

Modernización del Sur de la ciudad de Hermosillo, Sonora, México. Sus expresiones de cambio, Plaza Sendero como referente.

INTRODUCCION

En el presente trabajo se presentan las características de los espacios en Hermosillo, sus cambios en la infraestructura y como miramos a la ciudad actual a partir de su historia y movimiento que tiene que ver con la tendencia globalizante, que bien influye en su expansión económica y poblacional. Sonora marcada por la industria maquiladora y automotriz, hecho que ha sido bien aprovechado por gobiernos municipal y estatal que asimismo utilizan estrategias de marketing, comenzando por la industrialización de Sonora, y principalmente agrícola hasta mediados de los años 80. Auge que disminuyó por la posición Geográfica de Sonora, dadas las ventajas para el comercio y de intercambio con el país vecino. Como parte de una estrategia pública-privada de refrescar la economía, al ser las maquiladoras lo más prometedor en ese momento.

En Hermosillo se han dado grandes y variadas transformaciones impulsadas por la especialización de la ciudad. Los diversos sectores económicos como servicios e industrial. La inversión directa de empresas que se han posicionado en Sonora y que en años recientes se ha sentido el auge en la economía por el modelo atractivo de centro comercial, que nos lleva a hablar del uso y cambio de espacios públicos para edificar los anteriores, esto como parte de las problemáticas que existen en la creación de los nuevos espacios urbanos. Un crecimiento y transformación económica impulsada por la posición de Sonora y que en 20 años ha hecho propicio que la planta Ford motor Co. Tome su lugar en la capital de Sonora, impactando a la ciudad y dándole sentido a los diferentes puntos de la ciudad, que tiene su origen en la ciudad

fordista-industrial. Sería bueno cuestionarnos sobre tener la planta ensambladora ahora un hito del desarrollo económico en Hermosillo, Sonora.

Ahora, es importante señalar que dichos cambios se han dado en Sonora por contar con ciertas características, una su extensión territorial, comprendido el segundo estado más grande del país. Otra de las razones del éxito económico se debe a la cercanía e intercambio con Estados Unidos. Hermosillo como capital comprende una superficie de 14,880 kilómetros. Lo que representa el 8.72 % de la superficie territorial del estado de Sonora; En 2010 Hermosillo contaba con 784,322 habitantes. Consolidándose como el municipio más poblado de Sonora, al concentrar 29% de la población estatal. Estas características nos llevan a ver sus cambios en las últimas dos décadas. Cambios impulsados por los sectores económicos industrial y de servicios. Una por ubicarse la Planta Ford en 1986, instaló su planta de estampado y ensamblaje en Hermosillo, Sonora por lo que cumple 27 años. Además de ser un factor clave para posicionar a México como cuarto productor de vehículos para Ford a nivel mundial. En donde el Estado surge como facilitador dando las condiciones precisas para que se dé un movimiento con mayor rapidez. Entre estas condiciones se encuentran acciones de reestructuración e infraestructura como obras, puentes etc. y en general los recursos necesarios para que la industria maquiladora automotriz siga en función.

Planteamos la hipótesis de que existe una relación en el crecimiento y expansión, especialización económica de la ciudad de Hermosillo con la proliferación de los centros comerciales. Por especialización nos referimos a la tercerización de la economía, el auge de Ford y sus proveedores, el lugar que estos tienen en la cadena económica, de las familias Hermosillenses, que ha traído una sinergia económica, y con ello se consigue la atención de más empresas para que se sitúen en la ciudad y sus alrededores. La cuestión es si ésta actividad no se hubiese dado, los cambios de la ciudad no habrían tenido la rapidez con la que los hemos visto hasta ahora. Este trabajo es un estudio

descriptivo de Hermosillo, de la posición que tiene a nivel nacional como factor primordial para la creación de empresas, además de contar con otros factores que la vuelven deseable para negocios, como lo es un centro comercial y cualquier otro en el rubro de actividades lúdicas.

Una transformación acelerada de la ciudad en los últimos 20 años, cuyo proceso impacta en la forma y organización de la ciudad otorgándole nuevo sentido e identidad, ya que Hermosillo por ser la capital cuenta con los poderes Estatal y municipal. La ciudad se transforma en atención a los cambios económicos y de gobierno, actuando como un gestor de los cambios vistos en últimos años impulsando la actividad económica. Es de suma importancia el tomar en cuenta que los contextos locales u nacionales de algunas ciudades en Europa y Estados Unidos han influido en la búsqueda e instrumentación de políticas urbanas específicas que se orientan a la construcción de un proyecto alternativo frente a cambios sociales y económicos, nacionales e internacionales; se plantea la necesidad de observar los procesos de reestructuración urbana desde la misma ciudad, considerando las acciones de los distintos actores que en ella participan, así como las políticas y estrategias públicas y privadas que impulsan las transformaciones. Como lo es el caso de México y sus ciudades principales, además de como de los procesos sociales que transforman el espacio.

Este trabajo tiene como objetivo describir la ciudad de Hermosillo, sus cambios en infraestructura además de la importancia de la actividad industrial en la ciudad. Otra hipótesis que se plantea es, si todos esos cambios hicieron de Hermosillo un imán para los negocios (centros comerciales y todo el sector terciario). Que deriva de una serie de las modificaciones hacia el área sur de la ciudad. En donde la población y asentamientos urbanos, fraccionamientos y colonias han crecido. El Interés por esta temática creció a partir de los diversos proyectos de centros comerciales en la ciudad, al igual que la forma de ver y consumir la ciudad iba cambiando. Un centro comercial que nació de la mente

de la empresa Acosta Verde planeadores de este modelo de centro comercial en el país, dirigido a la población media-baja que tiene como objetivo una activación económica. El cual tiene como precedentes, supermercados y tiendas alrededor. Y como arteria vial se encuentra el distribuidor que va hacia la colorada. Una ventaja para plantear una plaza en esta área de la ciudad. Del año 2005 al 2006, Plaza Sendero Hermosillo inicio funciones, resultado de un auge inmobiliario en donde empresas buscaban construir distintas plazas en varios puntos de la ciudad, que le siguieron a la plaza Sendero, haciendo de Hermosillo un gran centro comercial.

Uno de los objetivos generales del presente trabajo es realizar una revisión de los cambios sociodemográficos de Hermosillo, de colonias en el sector sureste y la influencia que tiene el centro comercial Plaza Sendero en esta área que surge como punto estratégico. Ubicado en una zona con vialidades adecuadas que forman parte de lo deseable para que una empresa haga una propuesta para construir un centro comercial como este. Lo que a la postre resulta la ciudad con un referente moderno, visible progreso material y deseable para el consumo, aunado al crecimiento de la actividad lúdica y los espacios destinados para ésta, como restaurantes, bares, antros, centros comerciales y casinos que aparecen y que formaran parte de la vida cotidiana de los habitantes en torno al uso del tiempo libre, consumo y recreación. Cambio y progreso que tiene que ver con el uso del tiempo libre de los ciudadanos.

En el primer capítulo se hace una revisión en la historia del centro comercial en México y el mundo, desde sus orígenes, además las dinámicas demográficas del área sur de Hermosillo, las viviendas, cantidad de población, Población joven de 15 a 24 años y su población económicamente activa. Las posibles repercusiones en la población, al emplear una cantidad considerable de personas que tienen vivienda en este sector de Hermosillo, que a nivel nacional ocupa aproximadamente 5 millones de personas trabajando en este rubro

según la ICSC México (International council of shopping centers), dentro de un centro comercial se da el 27 % del gasto total de bienes y servicios. Esto hace que el dinero se quede en un solo lugar, Espacios comerciales que surgen como respuesta a la tendencia de mundialización.

El segundo capítulo abarca los cambios en la ciudad de Hermosillo, principalmente su centro urbano-comercial, las políticas que el estado realiza, que persiguen el progreso capital y social que se basa en el modelo occidental. La influencia que el centro comercial ha tenido para que la ciudad se vuelva policéntrica, es decir una ciudad con pequeños centros que agrupen consumo y sean cercanas a los lugares de vivienda, transformando al centro urbano y comercial de la ciudad en un proveedor secundario, Hermosillo al contar con un número considerable de edificaciones consagradas a todo tipo de consumo. resultando en una descentralización por transformaciones manifestadas en la configuración espacial. Hermosillo al ser capital de Sonora no está exenta de las consecuencias de la modernidad. La creación y auge de las plazas comerciales en Hermosillo, origina una afluencia de personas que realizan las compras en el centro comercial-urbano mermada, especialmente para aquellos que consumen productos básicos (alimentos, abarrotes) o intermedios (muebles, ropa etc.) al mismo tiempo el centro sigue conservando su oferta variada de mercancías y precios, que bien atrae a la población de estrato medio y bajo, además de aquellos que buscan una mercancía específica.

En el tercer capítulo se detallan los cambios de los últimos 20 años causados directa o indirectamente por la industria en Hermosillo, que como beneficios aumentó la calidad de vida, crecieron los centros de estudios y los servicios de salud, para ello pasó por un proceso, al pasar de ser agrícola-ganadera a ciudad de servicios e industrial, sus polos intraurbanos y las nuevas plazas comerciales van dirigidas a varios puntos de la población, por su ubicación variará el precio. Espacios que han ido apareciendo uno tras otro. Se hará mención de las expresiones de modernización en la ciudad. Elementos

como distribuidores viales vistos a lo largo de los años y más reciente en los años noventa en la ciudad. Que en 10 años ha vuelto capital de plazas comerciales por contar con toda una infraestructura del sector servicios. Que comenzaron a aparecer en la morfología de la ciudad, resultado de la inversión privada directa en el espacio. Distinguidas por su carácter resultado de la relación de comercio-capital-industria. Vueltos ahora símbolos de modernización urbana, mezclando esquemas comerciales y arquitectónicos. Espacios que integran actividades de intercambio de iniciativa privada y de uso público

El capítulo cuarto se tocara la relación que existe entre el sector industrial, la expansión de la ciudad de Hermosillo, Sonora con la aparición y auge del centro comercial. Para referirnos a sector industrial hablamos de Ford motor Co. Que junto a sus proveedores han generado una sinergia económica que se relaciona con el crecimiento de la ciudad. Las inversiones efectuadas por Ford y sus proveedores han detonado nuevas iniciativas para desarrollar e innovar productos y servicios, se ha provocado una aceleración en el ritmo del desarrollo de tecnologías en la región. Predomina en la forma en que percibimos el paisaje urbano, De entre las transformaciones que la industria automotriz en México ha presentado en los últimos años, se encuentra la transformación de la producción y el mercado en América del norte, ¿Pero qué elementos hacen que la ciudad de Hermosillo, o cualquier ciudad en México sea atractiva a empresas ensambladoras y proveedoras? Uno es la localización geográfica, ejemplo de ello es que Hermosillo es una ciudad que se encuentra en un estado fronterizo, esta es una ventaja para el hecho de exportar los autos a Estados Unidos en este capítulo se observará la relación del crecimiento de Hermosillo con la aparición y auge de los centros comerciales, una infraestructura que se da al sur de esta capital como parte de esta legibilidad vueltos ahora símbolos de este escenario, los ciudadanos identificamos y nos relacionamos dentro de este medio ambiente que conjunta edificaciones con fines comerciales y plantas industriales con la Ciudad de Hermosillo, Sonora.

Capítulo 1

Antecedentes de la ciudad moderna.

La importancia que se le da a los centros comerciales desde mediados del siglo XX está motivada por una serie de razones socioculturales y económicas, entre ellas la venta y consumo. La sociedad actual al impulsar la modernidad en todos sus aspectos, le da un lugar en la ciudad a los centros comerciales. Convertidos en centros de consumo por excelencia, su origen es una variante de la globalización. Por ser nuestra sociedad consumidora, un lugar que abarca todos los tipos de comercio, cercano al lugar de vivienda o trabajo y ahora foro para las relaciones sociales.

En el presente capítulo se analizará primero la historia del centro comercial en el mundo y en México. La población de Hermosillo, Sonora consume y el modelo de centro comercial se ha hecho necesario por actividades de compra-venta realizadas en el espacio y al encontrarse cercano al lugar de vivienda constituye una ventaja, la aparición del modelo actual que observamos alrededor de la ciudad se origina a aproximadamente 10 años, que ha hecho que Hermosillo sea sede de centros comerciales. La relación que existe entre el centro comercial en Hermosillo con los malls estadounidenses es que el modelo que se observa en la ciudad es una simulación del centro comercial en Estados Unidos, por proyectarse como el estilo de vida deseable y al tratarse de un sector económico creciente al agrupar publicidad, moda y alimentación en un solo lugar. Hermosillo es ahora sede de centros comerciales por distintas razones, una de ellas su concentración de población y expansión de la mancha urbana. Que ha hecho que los centros comerciales se ubiquen en diferentes

zonas, pudieran ser cercanas a las zonas residenciales, circuitos de comunicación o vialidades, de acuerdo a los estudios previos que se hayan realizado por parte de los planeadores de las plazas a construir. Plaza Sendero es constante en la vida de los habitantes de este sector ya que el individuo se relaciona con mercancías y con el lugar que conjunta recreación y entretenimiento. A través alimentación, vestido, zapatería, supermercado y tienda departamental. Que de acuerdo a Bauman (2005) el individuo se autoreproduce y crea una identidad alrededor del uso de mercancías, y se constituye como la era de los consumidores.

Una de las características de la renovación y modernización urbana de los últimos 30 años es el intercambio público-privado, impulso principal de las transformaciones en el espacio urbano en donde el libre mercado se privilegia. Orientada a que se realicen grandes inversiones que tiene como fines reconstruir áreas centrales, reflejado en espacios públicos y privados que atraen a la gente y como plus dinamiza la economía de las ciudades, que entre otras cosas se caracterizó por la instauración de proyectos comerciales y oficinas. Hecho que caracterizo a Hermosillo en sus últimos 20 años, como parte de esta nueva ola de movimiento económico

1.1 Antecedentes y Características de Hermosillo, Sonora

(Sección basada en Diagnóstico del Centro urbano de Hermosillo, Instituto Municipal de Planeación Urbana, 2007.)

La ciudad de Hermosillo, capital del Estado de Sonora se encuentra asentada en la porción centro-oeste de la planicie costera de Sonora, con una altitud promedio de 200 metros sobre el nivel del mar. Ciudad relativamente nueva la cual tiene su origen en el presidio del Pitic, un asentamiento de tipo militar su desarrollo inicial pensado en la defensa de las tribus hostiles, siendo el llamado plan Pitic (entre 1780 y 1785) Emitido por Don Teodoro de Croix al intendente gobernador Don Pedro Corblan, en donde se establece la Villa del Pitic, en la Provincia de Sonora, el primer documento de que se tenga

referencia en el que se abordó la planeación de lo que hoy es la ciudad de Hermosillo.

Durante el siglo XIX Hermosillo fue una pequeña Ciudad que se desarrolló en forma lenta, formando una retícula en torno al centro urbano. Se caracterizaba por contar con una serie de canales y acequias que circundaban por la ciudad.

El desarrollo de Hermosillo, que recibe ese nombre en 1828, se vio asociado con el asentamiento de los poderes del Estado, a los que albergo en varias ocasiones hasta que se establecen en forma definitiva en el año de 1879.

La época del Porfiriato y las primeras décadas del siglo XX se caracterizaron por la llegada del ferrocarril, los primeros automóviles, la electricidad, el telégrafo, entre otros, que impactaron la imagen de la ciudad y su funcionamiento, tal la construcción de la penitenciaría y el cuartel XIX.

A partir de la década de los cuarenta se presentaron una serie de eventos que impactaron a la ciudad, propiciando también su crecimiento a ritmo acelerado, entre los que se pueden nombrar:

La planeación, trazo y desarrollo de la Costa de Hermosillo como centro de producción agrícola.

- La construcción de la presa Abelardo L. Rodríguez
- El ensanchamiento de la calle Rosales y su prolongación con el bulevar Abelardo L. Rodríguez, para unir la colonia Pitic.
- La apertura de la Universidad de Sonora y la construcción de sus primeros edificios, incluyendo rectoría y el museo biblioteca.



i	<ul style="list-style-type: none">▪ Capital: Hermosillo▪ Municipios: 72▪ Población: 2,766,046 habitantes▪ % de la población nacional: 2.4▪ Extensión Territorial: 179,503 km²▪ % de superficie del país: 9.2▪ % de aportación al PIB Nacional: 2.7▪ Sector con mayor aportación al PIB Estatal: Industria manufacturera (21.3%)
----------	---

“Sonora tiene una extensión de 179 355 kilómetros cuadrados. (Km²) por ello ocupa el segundo lugar a nivel

Figura 1.1 Sonora y sus características

nacional por ser de los estados más grandes de la República Mexicana. La gráfica muestra la comparación de extensión territorial entre Sonora, el Distrito Federal (la entidad federativa más pequeña) y Chihuahua (la más grande)”

Fuente: Inegi.org.mx

Hermosillo cuenta con una superficie total de 14,880 kilómetros, esto representa el 8.72 % de la superficie territorial del estado de Sonora, presenta una densidad demográfica de 53 habitantes por Km², casi cuatro veces el promedio estatal. Hermosillo colina al norte con Pitiquito, Carbó, al este con San Miguel de Horcasitas, Ures, Mazatan, La Colorada, al Sur con Guaymas y el Golfo de California. La población de Hermosillo se encuentra distribuida en 1035 localidades, siendo Hermosillo la cabecera y en la que vive la mayor cantidad de habitantes en el estado. El municipio de Hermosillo destaca por su magnitud demográfica, económica y características infraestructurales diferentes respecto del resto del estado. Entre los factores más importantes que influyen en la economía de la ciudad de Hermosillo y futuro desarrollo están su ubicación geográfica estratégica, donde convergen las distintas regiones del estado, la región noroeste de México y del suroeste de Estados Unidos.

Se encuentra a 116 Km. la playa de Bahía de Kino y a 136 Km. el Puerto de Guaymas a través del cual tiene acceso al mercado asiático. Se comunica a través de una red de carreteras el eje carretero federal no. 15 es un elemento integrador natural para el desarrollo regional, pues une la mayoría de las ciudades principales del Estado con los principales centros productivos y comerciales del país, de E.U y Canadá. Se encuentra sobre la ruta CANAMEX, lo que facilita el comercio entre Canadá y Estados Unidos y México a través de ferrocarriles, carreteras y aeropuertos, así como instalaciones portuarias.

Cuenta con 213,304 viviendas habitadas según el censo del 2010. La ciudad ha tenido que convertirse en centro económico y de globalización del estado. Son de importancia vital las actividades económicas hasta cambiar la geografía del ambiente para dicha actividad. Involucrando cambios

institucionales y estructurales. Por lo tanto es en donde las decisiones son hechas, en donde el poder y la ciudad son una misma.

1.2 Historia del Centro Comercial.

En la ciudad el movimiento humano y los procesos de interacción en un territorio específico son parte de la esencia de la ciudad y de quienes la habitan. Esto tiene un trasfondo que lo conecta con su historia y su pasado, en donde se dan las dinámicas objeto de estudio de la geografía, sociología y de la historia. La ciudad actual consiste en movimientos, flujos, conexiones e intercambios. Parte del ser social y de su existencia se da dentro de la ciudad, desde el proceso de construcción y recreación de la sociedad y de cómo el individuo se relaciona con la naturaleza. Volviendo a la ciudad y a los espacios urbanos son escenarios de la organización y de las relaciones sociales, materia prima para estudiar sus símbolos. En donde ahora forma parte el centro comercial, foro y versión de ciudad sin calles, con pasillos, en donde los peatones recorren el lugar. Han existido en sus diferentes versiones desde la plaza abierta o tianguis hasta lo que conocemos como los centros comerciales cerrados.

Los antecedentes históricos mundiales de centro comercial se pueden encontrar los bazares. En Damasco, la antigua capital de Siria llamada Al-Hamidiyah en el antiguo zoco de Damasco y se remonta al siglo XIX, le sigue el Gran bazar de Isfahan, en gran medida cubierto se remonta al siglo XVII. Los 10 kilómetros de largo cubierto del Gran Bazar de Teherán también tienen una larga historia. El Gran Bazar de Estambul, construido en el siglo XV y sigue siendo uno de los mercados cubiertos más grandes del mundo, con más de 58 calles y 4.000 tiendas. Cabe mencionar que la idea del centro comercial no es nueva ni norteamericana, nació a mediados del siglo XIX en metrópolis europeas, junto con sus construcciones férreas algunos ejemplos son: Galleria Vittorio Emmanuele II en Milán (1865-1877), a la Kaisergalerie en Berlín (1871-

1873, destruida en 1944), o al famoso almacén por departamentos GUM en Moscú (1888-1893)

El primer centro comercial grande y al estilo moderno fue el Northgate Center, construido en 1950 en Seattle y diseñado por Victor Grunn, arquitecto a quien quizás debemos reconocer como el padre de los centros comerciales modernos, ya que el Northgate Center fue el primer centro con un pasillo central o mall y un almacén ancla ubicado al extremo del edificio, ofreciendo todo bajo un techo, permitiendo hacer compras independientemente de los problemas de estacionamiento, clima ya que por ser un espacio cerrado era ajeno al exterior.

La década de los ochenta es la más fructífera en la instalación de centros comerciales, y adquiere un nuevo perfil urbano en las ciudades Norteamericanas, por circunstancias que están relacionadas a la posguerra, con la expansión de las ciudades hacia la periferia y una dinámica que fue estimulada por las condiciones de recuperación de la economía. Tiempo en el que convergen los grandes almacenes comerciales como una respuesta a las exigencias sociales relacionadas con la producción y el consumo. Al adecuarse a las condiciones económicas, sociales y culturales de una sociedad en transformación, en estos emporios comerciales también produjeron y reprodujeron nuevas necesidades de consumo.

El origen en México se sospecha desde tiempos prehispánicos, por medio de los tianguis en los que se daba el intercambio de bienes (trueque) que iban desde animales, maíz y otros productos. Se realizaba un día a la semana al que le llamaban día de plaza o mercado mayor. Usado en las provincias de México, modelo que servía como vínculo y símbolo de la comunidad por ubicarse muy cerca de los centros religiosos. Uno de los Estados que bien representa esto es Oaxaca, que tiene una diversidad de mercados. Luego de la conquista los mercados estaban controlados por los Españoles que les pidieron tributo a los indígenas, obligándoles a entregar una determinada cantidad de productos. En las periferias de las ciudades solo se daba la venta de tortillas de maíz.

Ocasionando que los españoles tuvieran control total del comercio a fines del siglo XVI y un tiempo después se dio la independencia de México, de este hecho histórico se derivó la aparición de mercados abiertos en calles y avenidas de las ciudades o abarrotados, que eran tiendas de conveniencia, localizadas en lugares cerca de las viviendas. Para los años 30's en México, y en sus ciudades capitales aparece el modelo de supermercado, y posteriormente para los años 60's abre sus puertas el primer centro comercial, es plaza Universidad en el Distrito Federal que abre puertas en 1969, resultado de la asociación estratégica entre Sears Roebuck de México y la oficina del arquitecto Juan Sordo Madaleno. Después en 1971 Plaza Satélite aparece y de acuerdo a Sabatier (2008) uno de sus objetivos fue incorporar formas y estilos de consumo para intentar diversificar actividades e invirtiendo en otros tipos de productos, otras tiendas, que van de pequeñas a grandes, su estrategia principal fue el de reunir el ocio, que más allá era visto como atractivo, lo que dio luz a una nueva generación de espacios de consumo.

El International Council of shopping centers (ICSC) define al Centro comercial como:

Un grupo de negocios minoristas y otros establecimientos comerciales que son planificados, desarrollados, pertenecen y son administrados como propiedad única. Se provee estacionamiento en el lugar, el tamaño y la orientación del centro son generalmente determinados por las características del mercado y del área de influencia que presenta servicios al centro. Las tres configuraciones físicas principales de los centros comerciales con los centros comerciales cerrados, abiertos y centros híbridos (ICSC, 2008).

México se ha convertido en uno de los reinos de los centros comerciales. El país es, después de Brasil, la segunda nación latinoamericana con más espacios de este tipo. Formalmente, estos lugares en Latinoamérica han evolucionado a su propia manera. El primer centro comercial en Latinoamérica

se estableció en Sao Paulo en 1966 el shopping mall Iguatemi que transformó las dinámicas geoespaciales de la compra en toda la región.

Este centro comercial se basó en el modelo europeo o locales, las estructuras mismas, con un amplio parking para el acceso de automóviles, zona de restaurantes y salas de cine, que ilustraban la creciente influencia estadounidense sobre las culturas de compra latinoamericanas. Estas nuevas estructuras no sólo introdujeron la arquitectura comercial en la región, sino que proporcionaron un lugar donde se podían ver y comprar marcas importadas.

1.3 Características del centro comercial

En la ciudad la actividad de comprar se vincula directamente con otras prácticas como lo es el trabajo y/o esparcimiento, además de las horas de trabajo y el crecimiento de la movilidad (calles, infraestructura, puentes, altos, semáforos etc.) los espacios-tiempos del consumo se han extendido, hablando de los centros comerciales en Hermosillo, Plaza Sendero ubicada al sur de Hermosillo, Sonora, México, y de acuerdo a De Mattos (2002) es artefacto de la globalización, el nuevo referente urbano, a partir del cual se han comenzado a edificar las "nuevas centralidades" de la ciudad. Al ser la población joven que hace un uso mayor del espacio, quienes definen el tipo de consumo y forman identidades colectivas en torno al centro comercial, al invertir tiempo y usar el espacio, abriendo nuevas pautas en el uso del tiempo libre de la población, utilizado en la plaza por medio del consumo de cines, bancas, food court. El modelo de Plaza Sendero es igual en cada plaza que Acosta Verde construye. Al tratarse de un centro comercial cerrado, resguarda del clima en las distintas ciudades, Asimismo se convierten en espacios para el esparcimiento e interacción.

Según el International Council of Shopping Centers, hay cerca de 300 plazas comerciales que tienen más de 10 mil metros cuadrados en México. El Universal. (2009).

El centro comercial no solo tiene carácter económico, por ser de compra y venta de productos, sino además de la adquisición de mercancía y productos lleva un valor cultural-simbólico de forma que más adelante veremos. En resumen los jóvenes se concentran en buscar las tendencias modernas. El apego al espacio público se ha ido haciendo más pequeño, en las plazas públicas encontramos el consumo cultural en donde se ofrecen artesanías, alimentos y souvenirs. El crecimiento de la economía de México, no es ajeno a los complejos inmobiliarios como los centros comerciales: México apuesta e incentiva este modelo, concibiendo nuevos mercados donde no los hay y mercados más fuertes donde ya existen. Cabe agregar que México tiene ventajas para tal éxito de los establecimientos comerciales. Ya que de acuerdo a un estudio realizado por Cushman & Wakefield México, señala que nuestro país cuenta con menos metros por habitante que en otros países como España o Brasil. Lo que hace que el potencial del desarrollo de estos sea mayor.

Según la Asociación Mexicana de profesionales Inmobiliarios hubo un crecimiento de 15% en los últimos años de los centros comerciales. Estos no son exclusivos de zonas ricas, ya que logran incrementar la relevancia de las ciudades o poblados, gracias a la importancia que tienen los establecimientos para la actividad del turismo. En el centro comercial se ofertan un mayor número de productos que vuelve las elecciones más complejas. Un lugar como lo es el centro comercial o plaza agrupa varios tipos de servicios. Desde productos básicos de abarrotes hasta mueblerías, mezclando de forma sistemática productos de diversos sectores. Al día de hoy los consumidores nos estamos acostumbrando a las técnicas de venta del súper e hipermercado que se dividen en tres: uno son los productos alimenticios, que ocupan alrededor del 60% de las ventas, artículos del hogar y artículos de uso y vestido. Estos pueden situarse en las afueras de las ciudades. Y complementan la oferta al presentarse junto con un centro comercial o plaza, como tienda ancla o complementaria. Tiene como características sus dimensiones y el que estén situadas a las afueras le reducen costos de operación y gran volumen de

productos vendidos. Hermosillo esta convertido en un hipermercado, la oferta es similar a la demanda. La población ha crecido asimismo el número de centros y tiendas en donde llenan su necesidad de consumo y ocio en restaurantes, tiendas de ropa, zapaterías y accesorios. Las prácticas de consumo se han vuelto más complejas, la demanda de productos y servicios se ha vuelto etérea, por el incremento del movimiento a esto se refieren con la velocidad y las prisas de la ciudad, debido a la cultura "ahorista" término utilizado por Bauman (2004) para describir una vida "acelerada" donde los significados inmediatos, Tendencia que tiene un fuerte impacto sobre todo en la cultura de las empresas.

Según Estrada (2010) los negocios del centro comercial y la actividad comercial son primordiales en la economía del país al representar el 25% del PIB nacional, Generan y pagan diversos tipos de impuestos, locales y federales. Se establecen como el segundo empleador más importante en el país, al emplear 28% del personal ocupado, o sea 5 millones de personas. En México efectuamos el 27% del gasto total en bienes y servicios, que favorece al desarrollo económico de México.

Es importante hacer mención que el centro comercial fomenta el intercambio regulado de bienes y servicios al estar en un lugar establecido bajo lineamientos, resultando una competencia leal y una mayor variedad a precios justos. De la misma manera responden a la tendencia de mundialización, expansión económica y poblacional de las ciudades. Empezando por la industrialización de Sonora, anteriormente agrícola, Por medio de las características positivas dadas en el Estado, se han atraído inversiones por medio de la promoción de Hermosillo y del Estado de Sonora, que ha experimentado cambios importantes en su estructura urbana. Dando paso a una nueva etapa en la vida de sus habitantes y la manera en que estos se mueven dentro de esta. Desde fines del siglo XX contamos con nuevos soportes materiales para el ocio, comercio y la iniciativa privada (empresas,

administración). Esto reconfigura y define a la ciudad, le da peso al mercado en las políticas urbanas. Pues primero se encuentran las actividades que se relacionan con el comercio.

Lo anteriormente mencionado se sustenta por la potenciación del poder económico, además de los factores políticos, se elige el lugar para situarse por medio del poder social que podría tener y la influencia de las empresas que se encuentran en determinada área de la ciudad.

1.4 Dinámica de Hermosillo y su Sector Sureste.

Al ser la ciudad de Hermosillo la capital de Sonora que concentra la mayor cantidad de Población en el Estado de Sonora, hablaremos en términos generales de las distintas áreas cercanas a los centros comerciales, este último el objeto de estudio del presente trabajo al agrupar una gran cantidad de población que retirada del centro, hará un uso en tiempo y lugar del espacio comercial que se situó cercano al lugar de vivienda o trabajo, Hermosillo se ha convertido en una ciudad de centros comerciales, un hecho que impulsa la dinámica global y económica en capítulos posteriores se mencionaran las distintas plazas comerciales alrededor de Hermosillo, una población que ha crecido en torno al centro urbano de la ciudad, y que poco a poco de acuerdo a lo antes mencionado ha dejado en segundo término al centro urbano y comercial. Es importante mencionar que el crecimiento y expansión de la ciudad y más al área sur fue promovido o estimulado por la posición de Ford Motor Co. En la ciudad, que sirvió como

Poblacion principales Colonias del sur de Hermosillo.



Gráfica 1.1 Población en colonias del sureste de Hermosillo.

ancla para explicar el desarrollo de colonias y fraccionamientos al área sur, ya que tras la generación de empleos le siguió un incremento demográfico que derivó en la expansión física y económica del área. Como parte de las tendencias globales los años ochenta fueron primordiales para el desarrollo de las colonias al sur. Al ser etapa de transición de modelo del país para vincularse a la dinámica social, económica, política y mundial. Empujada por la industrialización y posteriormente la tercerización de la actividad económica.

A mediados de la década de los ochenta y principios de los noventa, se plantearon múltiples proyectos de renovación y modernización. Que fueron precursores de lo que podemos ver actualmente en la ciudad. Los cambios dados de estructura y urbanización, que al transformar los espacios tiene como objeto el progreso social y económico que se basa en modelos de economías avanzadas, como en el caso de nuestra ciudad, tenemos un apego con Estados Unidos que ciertamente influye en los cambios en Hermosillo.

A continuación se hará un análisis de la población al sureste de Hermosillo, Sonora. Colonias que fueron resultado de los nuevos asentamientos durante los ochenta y principios de los noventa. El análisis se realizó por agebs que delimitan una parte o el total de una localidad de 2500 habitantes o más. Independiente de su número de pobladores que generalmente de van de 25 a 50 manzanas. Se tomó este sector por contar una gran cantidad de población que consume periódicamente en la Plaza Sendero, y un vasto sector empleado en el área industrial-automotriz del Parque industrial localizado al sureste de Hermosillo. Se hace este análisis para comparar la magnitud de las colonias, su población del año 2000 al 2010. En últimos años la dinámica de Hermosillo ha cambiado y el número de actividades se han incrementado (empleos, empresas y centros de estudios). Como respuesta al desarrollo de esta área, a los habitantes les interesa localizarse cerca de su centro de trabajo o que le de cierta ventaja el vivir en este sector.

En Nuevo Hermosillo, se incluyeron los Fraccionamientos terranova, Altamira, carretas y diligencias, debido a que la ageb no dividía dichos fraccionamientos. En la siguiente grafica se agrupan las colonias del sur de Hermosillo del área más cercana a la plaza Sendero son: Agualurca, Gala, Arboledas, Nuevo Hermosillo, Altares, Rancho Grande, Luis Teran, Las Lomas, Villa del Rey y Los Encinos veamos los datos de número de viviendas al año 2010.

Las colonias con mayor número de viviendas son Nuevo Hermosillo con 5708 viviendas, Las Lomas con 4257, Altares 3599, y Villa del Rey 2206, en ésta última se incluye parte de los encinos. Hay que mencionar que Hermosillo cuenta con un total de 712,402 viviendas según el censo del 2010, las viviendas totales de las colonias del Sur de la ciudad son 27,059 aproximadamente.

Nuevo Hermosillo es la colonia que concentra mayor cantidad de población con un aproximado de 18,236 habitantes. Esto se explica porque gran parte de las viviendas son del modelo dúplex. Que consiste en dos viviendas unidas en paralelo con una escalera exterior. Con esto se buscó ahorrar espacio y por consiguiente viven un mayor número de familias en un área común al compartir un mismo terreno. (Figura 1.2)



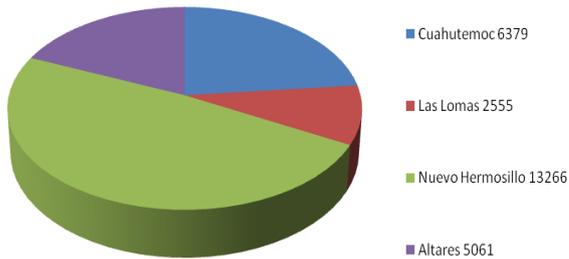
Figura 1.2 Modelo de vivienda dúplex, ubicado en Nuevo Hermosillo. Fuente: Personal

Se comparan para ver el crecimiento de estas colonias en los ultimos 10 años. Existe mayor cantidad de viviendas y un incremento en la poblacion de las colonias. todas las anteriores crecieron en esos ultimos 10 años, Cuahutemoc aumentó en 1285 viviendas; las lomas en 3548, Nuevo Hermosillo con 2652, y altares aumentó 2169 viviendas. Esto habla de un crecimiento

expansivo que da hacia la periferia. Ya que hacia 28 años no existian tantas colonias y fraccionamientos como las que existen hoy. las mas antiguas son Y griega, akiwiki y Cuahutemoc. De aparicion mas reciente son: Villa del rey, Altares y Altares etapa II. en las siquientes graficas se compara la poblacion total en las colonias principales en los años 2000 y 2010.

Gráfica 1.2 Población sector sureste año 2000

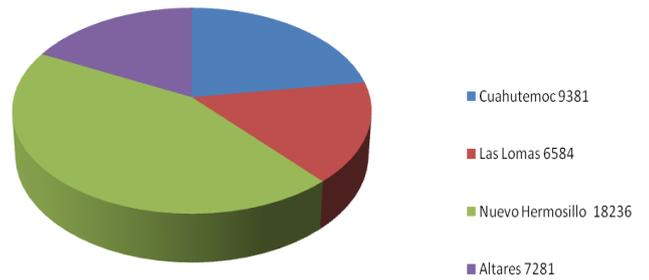
Población total año 2000



FUENTE: INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000. SCINCE por colonias Sonora 2000.

Gráfica 1.3 Población sector sureste año 2010

Poblacion total año 2010



FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010

Colonias	Población Económicamente Activa 2010
AGUALURCA	1039
AKIWIKI	929
ALTARES	4907
ARBOLEDAS	781
CUAHUTEMOC	2292
GALA	778
LAS LOMAS	5342
LUIS TERAN	865
MAYORCA Y ALTARES II	757
NUEVO HERMOSILLO	10598
PERISUR	820
RANCHO GRANDE	1692
VALLE DEL MARQUEZ	1494
VILLA DEL REY- ENCINOS	1679
TOTAL	30800

Tabla 1.1 PEA Colonias sureste de Hermosillo.

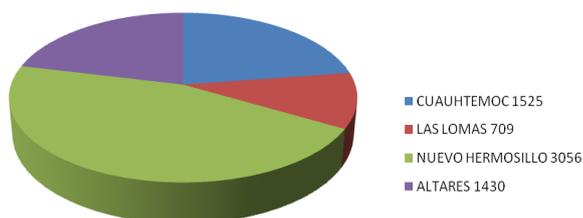
FUENTE: INEGI, Censo General de Población y Vivienda 2010

Las colonias que se encuentran en la tabla están relacionadas con un guion al encontrarse en una misma ageb. La población de ambas se encuentra así. Para comparar esto se ejemplifica la colonia Nuevo Hermosillo que cuenta con una población de 18236 habitantes, indicando una población desocupada de 7638, entre niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. Los resultados finales nos dan un total de 30 800 personas económicamente activas o sea posibles consumidores.

Porqué analizar el número de viviendas del 2000 al 2010. Ya que en 10 años se suman nuevos fraccionamientos a la imagen del sector sur de la ciudad. Hay que entender que en el año 2000 colonias como altares apenas iniciaban, o acababan de construirse distintas de sus secciones, al igual que Las Lomas y Altamira en el área de Nuevo Hermosillo.

Gráfica 1.4

Número de viviendas año 2000



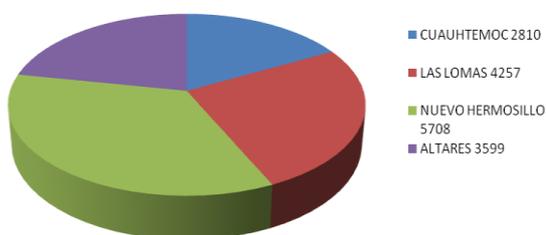
FUENTE: INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000. SCINCE por colonias Sonora 2000.

Comparativo Número de Viviendas en las principales Colonias año 2000- 2010

En las Gráficas vistas se puede observar que la colonia con mayor expansión es Nuevo Hermosillo con un aumento de casi 5000 personas, teniendo en el año 2000 una población de 13266. En

Gráfica 1.5

Numero de Viviendas año 2010



FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010

2010 un total de 18236, un crecimiento en el número de viviendas.

Siendo el modelo dúplex el que tiene más predominancia en la colonia con mayor población: Nuevo Hermosillo, modelo que tuvo una planeación cuyo propósito principal fue tener un mayor número de casas en un terreno más reducido. Deben verse distintas variables para

planear un fraccionamiento o colonia. En este caso las colonias se encuentran

localizadas alrededor de los centros de trabajo, maquiladoras. Siendo la principal Nuevo Hermosillo que concentra una fuerte cantidad de población que sigue creciendo. Por lo mencionado anteriormente respecto de las casas dúplex son ahorradoras de espacio. Esto se pensó antes de su edificación. Los planeadores vieron en ese espacio un futuro, colonia que creció en torno al parque industrial del área sur. La cercanía de estos terrenos con las maquiladoras en ese lugar. A partir de Nuevo Hermosillo se crearon varios fraccionamientos como Terranova, carretas, diligencias y Altamira. Al prospectar la transformación del espacio regional y la integración de estas colonias, las políticas públicas deben tomar en cuenta a los ciudadanos como actores. Cada uno tiene un impacto en el territorio. Transformando positiva o negativamente según el caso, aumentando las necesidades de la población. Políticas avocadas a dar los satisfactores básicos que son autoservicios, salud y otros por el crecimiento y concentración de la población.

La ciudad y sus diferentes áreas, comerciales, de vivienda, industriales todas, tienen un papel dentro de la actividad económica, y pueden enlazarlo con la economía nacional e internacional. Está el caso del parque industrial en el que se encuentra la planta de ensamble Ford. Aumentando el área de influencia y por lo tanto se deduce que el proceso de urbanización en el sur de la ciudad de las últimas dos décadas responde a esta influencia, que más que nada es social-económica.

"Las actuaciones sobre el territorio deben tener en cuenta las peculiaridades de los diferentes espacios que lo componen, y a partir de ellas plantear los aprovechamientos de los recursos. La localización de las actividades, los asentamientos de la población y la implantación de las infraestructuras y equipamientos." (Gómez Bahillo, 2002;111)

La ordenanza del territorio tiene como objeto primordial mejorar el nivel y calidad de vida, para alcanzar una economía sostenible equilibrada en la que pueda alcanzarse una distribución de los recursos con los que se cuenta. La

ordenación territorial tiene como objetivo prioritario mejorar el nivel y calidad de vida de la población y el uso racional de recursos para conseguir la consolidación de una economía sostenible y estable. De manera que pueda alcanzar una distribución uniforme y compensada de la población y actividades económicas en el territorio. Esta última es fundamental; la economía favorece la producción, distribución y consumo de los recursos. Se mejoran los sectores para una rentabilidad y competitividad. En teoría debe dividir las actividades de producción en torno a los recursos y oportunidades que el espacio o territorio puede ofrecer. Mencionando a Gómez (2002) que considera el espacio urbano desde una triple perspectiva: uno como suministrador de recursos, receptor de actividades y de las infraestructuras necesarias, lugar de las formas y modos de vida de la población.

Los gobiernos al ser suministradores de los recursos, Deberán dotar de infraestructura urbana y vial. Crear y cuidar los espacios para la recreación de la población Joven, entre parques, canchas, gimnasios y albercas para el deporte. En la actualidad el centro comercial dota gran parte de esta actividad, encontrándose cine, alimentos entre otras actividades.

1.5 Población Joven en El Sureste de Hermosillo.

Hablando de la influencia del centro comercial como espacio no tanto de consumo, si no donde el joven puede verse con otros. Un punto de encuentro. en el que se conjuga la modernidad, y se establece una mentalidad moderna, el centro comercial juega un papel importante desde hace algunos años, pero en tiempos recientes se ha vuelto una forma de vivir y de consumir la ciudad, una parte que se queda en el imaginario colectivo; un punto de reunión, jóvenes que se apropian de espacio, se identifican y forman parte de la cultura de masas.

“El centro comercial forma parte de la cultura de masas. Como cualquier fenómeno de esta naturaleza puede definirse en un doble aspecto.

- a) El de carácter mercantil (lugar de venta y compra de productos donde prevalece el valor de cambio).
- b) El del universo cultural simbólico (espacio donde prepondera el valor simbólico).” (Cornejo y Urteaga, 2001;27)

De acuerdo a las autoras el centro comercial se ha vuelto el espacio en el que los jóvenes se apropian de lo que hay dentro del mismo, asimismo se da el proceso de socialización, existen varias aristas para referirse a los jóvenes dentro del centro comercial entre ellas: identidad, socialización, temporalidad y consumo visual, claro los jóvenes hacen un uso de los espacios públicos pero es su preferencia al consumo material que les llama la atención el modelo del centro comercial, por lo que este ofrece, ya que se conjuntan modas y tendencias, mismas que son agradables, para referirnos al caso de plaza sendero Hermosillo confluye el estrato económico medio-bajo al ser la población cercana a dicha plaza y ser los precios regulares y apropiados para los bolsillos de dicha población, que en su parte dependen aun económicamente de los padres. Son varios los locales que se enfocan a la población joven, pero en su mayoría son tiendas de ropa y calzado las que les invitan a comprar. Tiendas como candiani, mala leche, accesorios todo moda, que cabe hacer mención, hay un mayor número de locales dirigidos a la población femenina.

La población ha cambiado sus formas de consumir, incluyendo al centro comercial como espacio de diversión y esparcimiento, maneras de habitar la ciudad, son distintas variables para hablar de los jóvenes. Los centros comerciales concentran consumo económico, consumo visual, espacio, identidad y socialización. Cuando los ciudadanos visitan un centro como este lo nombra, convirtiéndolo en un espacio simbólico, construyen y reconstruyen sus prácticas cotidianas. Pasa de ser sitio para el intercambio económico-comercial a sitio de encuentro, de sentido. En donde interactúan con otros jóvenes y

pueden encontrar un lugar para sentarse, platicar, pasear, comprar. La juventud es uno de los grupos sociales que tendrá una relación fuerte con el espacio, que de acuerdo a Feixa (1998) sin espacio privado propio, reclusos en instituciones educativas, con exceso de tiempo libre por falta de empleo. Transforman los espacios públicos o semipúblicos en privados, a través de la adquisición de signos, modas, quienes en sus relaciones de amistad crean un ambiente cálido y familiar, se incluye al centro comercial, de carácter privado y lo hace parte de su vida al hacer un uso de mercancía.

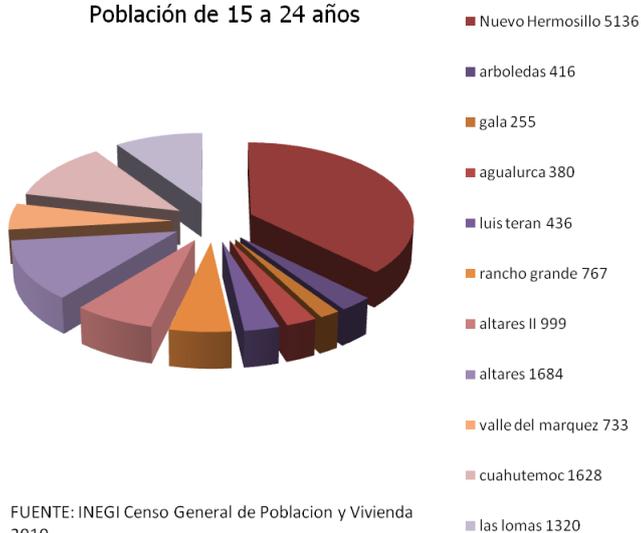
Los centros comerciales forman parte del entorno cotidiano de consumo de los jóvenes, posibles itinerarios y lugares en lo que ellos y ellas pueden interactuar y agregarse fresca y relajadamente con sus pares y conformar agregaciones con carácter efímero, composición cambiante, inscripción local y sin más propósito que el de reunirse sin objeto ni proyecto específico.

La mayoría de los jóvenes que acuden al centro comercial lo hacen en grupos, usando el transporte colectivo. Independientes de sus familias, cuando acuden en grupo las mujeres las que más entran a las tiendas. Al haber en su mayoría las tiendas de ropa, van dirigidas a la población femenina joven. Los hombres jóvenes acuden al centro comercial a checar que hay, a ver, al cine. Algunos acuden a la plaza saliendo de las escuelas, La población de secundaria y preparatoria es distintiva por el uso de uniformes. Para relacionarse con otros jóvenes, tienen estrategias a partir de los espacios y las posibilidades que pueden darle a estos sin tener que gastar. Encontrar cosas en común para relacionarse y conocer gente nueva, Los centros comerciales forman parte del entorno cotidiano de consumo de la clase media-baja, del itinerario que siguen al recorrer la ciudad, en el que pueden interactuar y agregarse a sus iguales, como es el caso de la población joven, que al mirar a otros se mira a sí mismo.

Las mercancías o productos que los jóvenes compran, le dan un valor simbólico al dinero que gastaron en ese producto, para revelarse cómo objetos de mediación para la interacción social, para ese “estar juntos” que mencionan Castro y Cornejo (2001) La trascendencia que tiene la Plaza es que se pueden

Gráfica 1.6

Población de 15 a 24 años



FUENTE: INEGI Censo General de Poblacion y Vivienda 2010

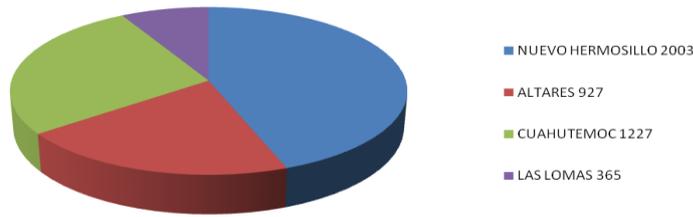
incluir la escuela, barrio, colonia, clubes deportivos y otros. El andar en grupos, los jóvenes tienen relación con otros grupos parecidos. Interacción que puede caracterizarse como relajada. Dispuestas a tolerar a sus pares que compartan su mismo estilo de vida, se pueden observar distintas tribus urbanas. A determinada hora hay un mayor flujo de jóvenes en la plaza, que aumenta a la salida de las escuelas. Cuando

más jóvenes uniformados llegan a la plaza. Y para el fin de semana van relajados, con su forma de vestir y arreglarse. El crecimiento de esta parte la población se verá a continuación.

La población Joven en su mayoría le da cierto sentido tanto a su espacio de vivienda como a los lugares que encuentra para socializar. En ellos se darán los encuentros entre estos. De edades que oscilan de 15 a 24 años de los que se comentará; se hará un análisis de la mayoría de las colonias más cercanas a Plaza Sendero de los cuales son los consumidores más constantes y se observara en números de la población joven.

Gráfica 1.7

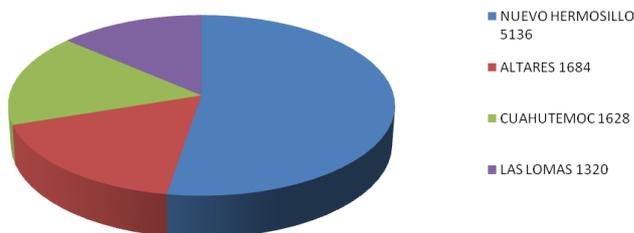
Población de 15 a 24 años en 2000



FUENTE: INEGI. XII Censo General de Poblacion y Vivienda 2000

Gráfica 1.8

Poblacion de 15 a 24 años en 2010



FUENTE: INEGI Censo General de Poblacion y Vivienda 2010

En la gráfica puede verse que la colonia con mayor población joven, Nuevo Hermosillo con 5136, seguida por Altares con 1684, Cuauhtémoc con 1628, y Las Lomas con 1320 jóvenes de 15 a 24 años.

La frecuencia de las visitas de los grupos de jóvenes, y el área de la que son originarios la mayoría son de las colonias circunvecinas principales con mayor cantidad de población, Nuevo Hermosillo, Altares, Cuauhtémoc, y Las Lomas.

En la gráfica anterior del año 2000 había menor cantidad de población joven, hay que decir que los que formaban parte de esa población en ese entonces, y actualmente ya no forman parte de esta. Para dar paso al crecimiento de los niños y adolescentes, formando parte de la población

de 15 a 24 años, Nuevo Hermosillo en el año 2000 tenía una población de 2003 jóvenes. y en el año 2010 con una cantidad 5136 jóvenes. Altares contaba con 927 jóvenes, y en 2010 1684, Cuauhtémoc tenía 1227 jóvenes, y en 2010 tiene 1628, Las Lomas 365 jóvenes, y en 2010, 1320. Lo que denota un crecimiento de la población Joven. Que son los consumidores potenciales, a quienes van dirigidos espacios como este. Porque pasaran a ser o son parte de la población económicamente activa.

1.6 Los Efectos de la Globalización en el paisaje urbano.

Hermosillo y sus gobiernos en cada una de las administraciones se han dedicado a gestionar recursos para hacer visible a la ciudad. Modernizarla y

llamar la atención de empresas al contar con una infraestructura adecuada en comunicaciones y transportes, con esto me refiero a vialidades, las nuevas expresiones de la ciudad, Puentes y distribuidores viales, que de cierta manera influyen en la economía, al presentarse la ciudad de forma adecuada, tras el uso intenso del automóvil, ya que la ciudad se organiza, porque la conectividad y vialidades son parte fundamental para el movimiento de recursos humanos y materiales. El uso de esta nueva infraestructura hace posible que los ciudadanos puedan ser empleados en lugares más lejanos que los centros tradicionales, dando paso a una metropolización extendida, que caracteriza a algunas ciudades latinoamericanas.

“El consumo no es algo privatizado, atomizado o pasivo, sino eminentemente social, correlativo y activo. Ya que al consumir se elige y se piensa, otorgándole a cierto producto un sentido social, al seleccionar bienes nos apropiamos de los mismos y definimos lo que es públicamente valioso la manera en el que un producto o servicio puede distinguirse en la sociedad.” (García Canclini, 1995;35)

Los cambios en las ciudades contribuyen a impulsar la transformación del paisaje e imagen urbana. Juegan un papel importante las nuevas actividades y artefactos urbanos, dados por las exigencias de la globalización. Que a mayor grado de modernidad le seguirán una serie de arquitecturas destinadas a resguardar diversas actividades, con empresas presentes alrededor del mundo, franquicias y transnacionales.

Lo anterior nos habla de la repetición de los lugares, franquicias exitosas aceptadas que dejan huella en los consumidores. Se vuelven puntos de encuentro adaptados al lugar en el que están, cambiando la atmosfera interior por estar en lugares determinados.

A partir del desarrollo de telecomunicaciones en los países avanzados en los 80's se fortaleció el papel de la ciudad. En la que se concentra la actividad

económica y otras actividades que ha provocado que se facilite el intercambio de información. Se acorten distancias y transformen las ciudades principales en ciudades "globales". Que ocasionara movimientos migratorios endógenos y exógenos que se harán mayores en el futuro. Por el cambio en las tecnologías y los efectos sobre las actividades industriales, maquiladoras y agricultura facilitando el uso de materias primas. La economía global aparece en los últimos 20 años al dotarse de la infraestructura necesaria para funcionar a grado mundial, ya que hace un uso intensivo de tecnologías para el ensamble en el area maquiladora con empresas que ensamblan o construyen a nivel internacional para ser exportadas. La gente se puede ver afectada al no estar toda la población incluida refiriéndonos a Países que no se encuentran dentro de esta dinámica, por no ser ni consumidores ni productores. Las ciudades deben tener la habilidad de funcionar en este nuevo movimiento tecnológico y crear un ambiente en donde los escenarios principales son los bulevares y calles de sus ciudades. Un hecho que puede observar en todas las ciudades metropolitanas o capitales, donde sus regiones se ven escenificados los problemas sociales.

1.7 Espacio Lúdico y de Consumo.

En este espacio el individuo extiende su ciudadanía, espacio lúdico que cubre una necesidad colectiva más allá de su interés individual; significa un lugar para la comunicación y además la posibilidad de reconocernos a nosotros mismos a través de otros, al conjugar a personas y productos. Según Ramírez Kuri (1993) el espacio es consumo privatizado, a diferencia del publico quienes asisten a un espacio privado deben adoptar ciertas normas, el cual se asocia a la idea de plaza pública con comerciales, destinando parte de su superficie al uso colectivo y a la circulación de los consumidores. Recreando en el imaginario de los sectores medios tradicionales urbanos, la idea de una vía pública que compartan con otros sectores sociales.

El espacio o territorio se les ve como escenario de los "actores" sociales, que le da una idea de quién es, quien fue, para llevar a cabo un papel determinado dentro de ese escenario, acordando con otros, que en grupo se vive como lugar de interacción que le garantiza la continuidad en el grupo y le devuelve una idea de quién es. Dentro del espacio lúdico el habitante de la ciudad funge como consumidor que pasea dentro de ella y disfruta la ciudad. A este se le denomina flaneur, el paseante de la ciudad en el siglo XIX que puede aplicar para la actualidad. Tiene que ver con un momento en el capitalismo industrial, sus efectos de consumo y los espacios de este.

Por estar en una ciudad industrializada como Hermosillo en el que la planta Ford y sus proveedores han traído un número considerable de beneficios a la ciudad al hablar de modernidad e infraestructura. Donde los espacios lúdicos se han vuelto sumamente importantes, al existir una necesidad de usar el tiempo fuera del trabajo. De divertirse, que dentro de este término de flaneur se le podría relacionar por ser aquel que disfruta la ciudad. Que en aquella época (siglo XIX) deambulaba por la ciudad, y se apropiaba de espacios urbanos. Desarrollaba el sentido de la vista. De acuerdo a Hiernaux (2006) El flaneur representó el hombre de las masas según Baudelaire; este intentaba distanciarse de la masa de transeúntes que lo rodeaba, lograba mantenerse en el anonimato y actuaba en incógnito y se comportaba como una suerte de detective que trataba de analizar a las personas a simple vista. Entre las características del flaneur este no recorre el espacio, ni tiene lista de cosas por hacer. Disfruta de ver a los demás como espectáculo, Percibe al otro como parte de una escena. El flaneur del siglo XIX era miembro de la burguesía que ignoraba su futuro como clase social. El cual era transformarse en mercancía, al igual que la mercancía que observaba. Se hace esta comparación del flaneur con el transeúnte actual en los centros comerciales, pues del siglo XIX a la fecha han variado los movimientos en el mercado, por el papel que tiene el capital y facilita el consumo por la atracción del centro comercial hacia los habitantes de una ciudad, ya que agrupa todo al alcance del consumidor. El

hombre produce sus necesidades y puede o no formar parte de un grupo, al consumir un conjunto estandarizado de bienes y a la vez los consume porque forma parte del grupo.

1.8 El caso planteado por Ramírez Kuri. Transformaciones espaciales y modernización urbana.

Este estudio sirvió de antecedente teórico, en donde convergen distintos conceptos dentro del contexto que quiero tocar, así como el papel que el centro comercial ha tenido en los años en los que se realizó. Las transformaciones dentro de la metrópoli y el movimiento del sector servicios del área central urbana a la periferia suburbana. Se intenta una comparación entre Hermosillo y el Distrito federal, la segunda, metrópoli social y fragmentada espacialmente, Hermosillo aun no llega a nivel de metrópoli. La sociedad determina los espacios y los gobiernos deben de cumplir sus obligaciones con la ciudadanía, entre estas obligaciones se encuentran actuar como administrador de los recursos públicos para el progreso y bienestar de los ciudadanos, atender a las necesidades de los habitantes de la ciudad, de llevar a cabo políticas para la mejora de la ciudad y cuidar los espacios que ya existen. El capitalismo dentro de una ciudad es de suma importancia ya que sin capital no contaríamos con lo que vemos en la ciudad, obras, empresas y negocios.

“Los procesos modernizadores y las grandes transformaciones socioeconómicas y científico-tecnológicas, se manifiestan de manera diversa, heterogénea y desigual en la dimensión espacial, social y cultural. Se observa esto en la imagen y configuración urbana actuales que muestran una morfología física y social donde conviven y se articulan: las distintas formas de vida; los diferentes niveles de la calidad de vida asociada al desigual acceso, distribución y consumo de bienes y recursos de la ciudad; la difusión masiva de información y el desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación; el

proceso tercerización de la economía que actualmente ocupa a la mayoría de la población activa en la Ciudad de México.” (Ramírez, 1993;61)

La ciudad de México por ser metrópoli tiene una problemática, concentra a la mayor población en un territorio más pequeño, esto ha provocado un desarrollo más rápido. La intención de comparar la ciudad de México con Hermosillo, es por ser la capital del país ha abierto pautas, que se han extendido a lo largo del país y fue la industrialización que respalda el proceso de renovación de Hermosillo, motor del cambio a partir de 1970, cuando las ciudades americanas empiezan a cambiar, un hecho que ciertamente impacta en las ciudades en México, por nuestra cercanía y movimientos e intercambios económicos, México tiende por así decirlo a emular a Estados Unidos. Además de compartir en ese momento una crisis económica importante, los gobiernos se vieron en la necesidad de acudir a la iniciativa privada para reactivar la economía. El área urbana creció, también la periferia suburbana. Gracias a la inversión de la iniciativa privada que impulsa las grandes transformaciones del espacio urbano, en donde el libre mercado es privilegiado. Los espacios como los centros comerciales son respuesta a la decadencia del centro urbano de las ciudades además de sus parques deportivos, colonias y calles en general, tienen ciertos niveles de inseguridad al transitar por tales lugares, por ello los centros comerciales se han promocionado con la promesa de brindar seguridad, tranquilidad, provista por los administradores de la plaza, resguardando al consumidor de los percances al interior. Al estar cerrada y vigilada se torna un centro semipúblico.

Capítulo 2

Políticas y Espacios Urbanos.

Al hablar de Políticas urbanas, estas se enfocan a hacer ver a la ciudad de Hermosillo como una ciudad mejorada y correcta. Existe una demanda de satisfactores por parte de sus habitantes, dentro del entorno urbano caracterizado por la existencia de establecimientos y edificaciones físicas que articulan usos, servicios y equipamientos. Ahora los polos de dinamismo económico y de atracción de población expresan la importancia institucional, simbólica y cultural que le otorgan quienes utilizan los espacios urbanos, refiriéndonos al centro geográfico comercial de Hermosillo, Sonora que es identificado por la comunidad.

La influencia de centros comerciales y otros espacios ajenos a la ciudad, con esto quiero hablar de espacios que son simulación de otros y que aparecen en la ciudad como parte de lo glocal, espacios que han hecho de Hermosillo una ciudad más dinámica, que articula la economía con la ciudad global, las diferentes transformaciones en momentos diferentes en la ciudad, nos demuestran el proceso de constitución del orden urbano y de estructuración del espacio construido. No se ha llevado a cabo ni social ni territorialmente de manera uniforme, esto ha caracterizado a las ciudades en las últimas décadas, lo que ha generado ciudades policéntricas, en donde la aparición de varios "centros" es manifiesta por existir una amplia gama de negocios del sector de servicios, en donde las afluencias asisten al centro comercial, es enfrentarse a la pluralidad de ciudadanos en busca de productos de consumo, resguardo de aquellos que viven la ciudad, en una versión de ciudad y centro comercial. Una dinámica de cambio y políticas dedicadas al cambio, por un crecimiento demográfico e impulsado por el proceso industrializador. Este trabajo tiene

como intención, explicar funciones en Hermosillo, Sonora, a partir de sus cambios urbanos, en donde los centros comerciales o plazas se reproducen en modelos internacionales en formas arquitectónicas no propias de la ciudad como ya lo mencionamos.

2.1 Descentralización en la Ciudad de Hermosillo.

En el centro urbano se concentran funciones y actividades de comercio, servicios. Se localizan oficinas importantes de Gobierno y corporativas. Un espacio que adecua los elementos de la estructura urbana previas. A la fecha se han dado la construcción de una serie de centros y espacios de concentración urbanas, principalmente comercial y de servicios, administrativa y de gestión. y espacios de consumo como las plazas comerciales en la ciudad, han generado que espacios como el centro se degraden. Claro, no deja de haber gente que hace sus compras en el centro histórico y comercial de Hermosillo. Pero pasa que se le descargan ciertas funciones por la influencia del mercado global. En donde los espacios públicos están ahora a la venta, debido al boom que han tenido los centros comerciales. El suelo urbano ha adquirido un mayor valor, los espacios son estimulados y crecen gracias a las nuevas dinámicas de globalización y desterritorialización fomentando que las puertas del mercado estén abiertas. De entre las características que puede otorgar el espacio son: accesibilidad, sea de fácil entrada al comunicarse con una vialidad importante (Carretera ala Colorada, Periférico oriente y Periférico Sur), como es el caso de Plaza sendero.

Otro punto además es ver las formas de consumo en el espacio urbano. La experiencia de la ciudad en su forma comercial. ¿A dónde acuden más los consumidores? A la Plaza Sendero o al Centro. En el primero los jóvenes asisten más ya que estos están movidos por la dinámica global que da auge e importancia a lo nuevo y bonito. Además por el hecho de estar cómodos dentro del espacio que entre sus características tiene: es un espacio seguro y cerrado, que cuida la experiencia de las compras de sus consumidores.

“El *mall* no es el nuevo centro de la ciudad (a la manera de las ciudades tradicionales) sino uno de los nuevos centros de la gran ciudad. En la mayoría de las nuevas ciudades o barrios el centro comercial es el punto central del territorio. El lugar más concurrido y significativo en el plano mental que el habitante se ha hecho de la localidad donde vive. Mercado y el ágora de las ciudades actuales: es el espacio central de cohesión social.” (Medina, 1998;66)

La morfología de las ciudades se va transformando con el tiempo. Manifestándose esos cambios por medio de las vialidades, transporte, servicios y vivienda, el papel que tienen los autoservicios y centro comercial en el cambio de la ciudad, siendo el centro histórico comercial de Hermosillo testigo de los cambios mencionados. Una ciudad que llame la atención de turistas y en la que el sector servicios es primordial de acuerdo a las dinámicas mundiales, en donde la ciudad debe renovarse o modernizarse, cambiando el estilo y forma de vida de los que la habitan esto último para referirme al papel que juega el centro geográfico-comercial de la ciudad de Hermosillo, Sonora. El fenómeno de la ciudad, sus cambios nos han vuelto partícipes de qué forma el espacio ha cambiado, sirviendo a las dinámicas mundiales. En la que la ciudad debe ser renovada y moderna, que llame la atención tanto de ciudadanos como a turistas. Una ciudad en la que el sector servicios es mayoritario: tiendas y restaurantes el crecimiento de este sector económico de los últimos 20 años es el que ha impulsado los cambios en la ciudad.

Dando un giro en el estilo de vida, la forma de mirar y vivir Hermosillo. Al referirse al centro de la ciudad. Primero lo tomaremos como precursor de los sectores desde los inicios de la ciudad, en donde se concentran comercio, industria y vivienda. Testigo de los cambios de Hermosillo que en los últimos años ha crecido considerablemente en su mancha urbana.

La organización del espacio lo determina la sociedad y los gobiernos dependiendo de lo que convenga en un momento determinado, al ser el encargado de administrar bienes públicos que pueden volverse privados. En el que se incorpora y acumula el capital, la cultura y el trabajo en el territorio. A

partir de esto la forma espacial es una realidad social que está en movimiento constante que integra función, forma y estructura. El Gobierno de Sonora y de Hermosillo promueve e impulsa la creación de una infraestructura que se necesita en el área de desarrollo urbano. Dan condiciones propicias para establecer los nuevos espacios comerciales, los gobiernos proveen de condiciones de producción a través de inversiones. Se regionalizan situaciones, Un espacio en el que los cambios por la modernización se traduce en la transformación de las ciudades, impulsado por la industrialización y un crecimiento del sector terciario como efecto de los cambios en la tecnología.

Los cambios alrededor de la revolución de tecnologías, transforman la vida en la región, con variados efectos, cambios que se originan en los 70's y 80's en Estados Unidos cuando se renovaron y

Figura 2.1 Usos de suelo Centro de Hermosillo.



FUENTE: Instituto municipal de planeación urbana de Hermosillo, Programa parcial de mejoramiento y conservación del centro urbano de Hermosillo versión abreviada 2006.

modernizaron ciudades americanas, como parte de las estrategias entre el sector privado y gobierno, para activar la economía de la región y cambiar la mala imagen de las ciudades que se encontraban en crisis.

Los cambios en la estructura de la ciudad se dan porque se busca mantener una solvencia, dándole mayor facilidad a los nuevos espacios. Se incorporaron un mayor número de constructores para desarrollar viviendas de interés social. En la actualidad el rol del

centro geográfico-comercial de Hermosillo, es el mismo. Pero las generaciones de jóvenes no le otorgan la importancia que tenía antes. Impulsado por la modernidad que enmarca que en los nuevos espacios como los centros comerciales cerrados se encuentra lo mejor y más nuevo.

Las transformaciones urbanas que se manifiestan en la configuración espacial, se explican en los cambios en contexto nacional. Dadas en las ciudades grandes de México y Hermosillo al ser la capital de Sonora no está exenta de las consecuencias de la modernidad. Una es el papel que tiene el centro de la ciudad en su Historia, ha servido de centro para la socialización de las generaciones pasadas. De Hombres que recuerdan el pasado de la ciudad, Historias de vida. Y en el que la plática sobre los cambios de la ciudad, política y religión es diaria. El centro urbano se inclina por las actividades comerciales, de servicio y vivienda habitacional (esto último en décadas pasadas). A continuación se presenta una imagen del centro de Hermosillo, su ubicación y tipo de áreas.

La Capital se ha extendido a partir de su centro, y fue aquí donde se dieron los primeros comercios. Para decir descentralización, primero debe definirse el centro urbano de la ciudad, este es el lugar en el que se concentran sectores comercial, financiero, direccional (geográfico) y simbólico de esta ciudad. El centro de la ciudad de Hermosillo, centro comercial abierto. En



Figura 2.2 Vista del mercado municipal de Hermosillo.

últimos años se ha visto de alguna forma abandonada por la población joven, consecuencia de la creciente y expansiva actividad terciaria, de acuerdo a políticas y estrategias de renovación en la ciudad, se hallan centros hacia las periferias de la ciudad. Al estar en la cercanía de las viviendas y en áreas determinadas, y todo lo que ello significa.

La ampliación de calles y el descuido del patrimonio de la ciudad ha ocasionado que viviendas de fines del siglo XIX y de principios del siglo XX sean derrumbadas, por representar un peligro tras su deterioro. Una gentrificación de esta área de la ciudad que va desde la avenida de Pino Suarez, La edificación de la Sociedad de artesanos de Hidalgo, que estuvo abandonada por un tiempo. En tiempo reciente fue reinaugurada, ahora hecho un centro cultural para exposiciones y presentaciones artísticas.



Figura 2.3 Vista de la sociedad de artesanos Hidalgo antes de su remodelación.

Fuente: http://www.mexicoescultura.com/galerias/rutas_mexico/hidalgo.png



Figura 2.4 Vista de sociedad de artesanos Hidalgo después de ser remodelada.

Fuente: http://www.fotopaises.com/Fotos-Paises/t500/2006/8/23/1559_1156413147.jpg

El proceso transformador de la ciudad tiene como objetivo principal el progreso capital y social basado en el modelo occidental; y de economías más adelantadas. La renovación de espacios y remover aquellos que no le dan tan buena vista a la ciudad. Cambios que la harán más atractiva a los ojos de los que viven y visitan



Figura 2.5 Plaza Bicentenario en Hermosillo Foto por: Jorge E. Pinto (pintosevich) 2011

Hermosillo. Espacios de reciente creación y remodelación tales como: Plaza Bicentenario, el cerro de la campana, Jardín Juárez, Parque Madero, y en general todo el centro de Hermosillo en el que las fachadas del mismo color, los letreros iluminados y andadores de los establecimientos.

Al hablar de la renovación del centro histórico geográfico de Hermosillo, todos los cambios en estos espacios fueron parte de una serie de proyectos del gobierno del Estado que venían a darle una mejor vista a la ciudad, y de ese punto en particular ya que muy cerca están los poderes Municipal y Estatal. La encargada de estas obras fue la operadora de Proyectos Impulsor. Muchos edificios del centro histórico serían remodelados y acondicionados para ofrecer a los visitantes opciones de esparcimiento y convivencia familiar, donde converjan el arte y la cultura.

“Principalmente que los hermosillenses tengan un lugar donde echarse un cafecito, caminar por las calles que salgan las mesas a las banquetas, que exista un lugar tranquilo de sano esparcimiento, ahorita ya lo hacen, pero solo hay churros y raspados, este proyecto va más allá de eso, va a desarrollar restaurantes, y aprovechar el escenario de la zona”, Esto último para referirse al “nuevo centro histórico” de Hermosillo, la plaza bicentenario. Indicó Mario Cuen Aranda, director de Proyectos Impulsor, 2010.

El centro no solo es definido solo porque así se encuentre en el mapa. Este espacio ha adquirido sentido de propiedad desde que la capital del Estado es Hermosillo, un lugar con Historia. Que encontramos representaciones de lo nuestro, que concentra funciones y grupos sociales afuera del mercado municipal y el renovado Jardín Juárez, en el que adultos mayores visitan, leen, y crean conversaciones, lugar de camaradería e historia en la ciudad. Otra característica que tiene el centro en una ciudad, es que empezó



Figura 2.6 Afueras del mercado municipal
Foto por: Norma Ibarra (Iapir0), 2011.

a crecer a partir del centro: 5 de mayo, Villa de Seris, y otras colonias, el centro ha jugado el papel más importante dentro del crecimiento urbano ya que la ciudad creció tomando como ancla el centro de la ciudad.

Pero, para explicar la descentralización urbana en Hermosillo, la ciudad se ha rodeado de pequeños centros, que asocia a la idea de policentrismo. Estos subcentros urbanos pueden desarrollar una importancia económica, que radica en una desconcentración del empleo al convertirse en un punto focal del trabajo, el comercio y la recreación. Entonces se reproduce también el patrón de concentración a una escala menor, respecto del núcleo central.

Desde la dinámica de movimiento económico, de trabajo, Hermosillo al tener edificaciones dedicadas a todo tipo de consumo. Esto puede resultar en un desarraigo al centro comercial y geográfico de Hermosillo al representar un lugar abierto en el que puede haber inseguridad y robos. Difiere del centro comercial presentado como una edificación segura, equipada con todos sus beneficios. Espacios comerciales que no evocan a Hermosillo en puntos estratégicos de la ciudad. En las que los tiempos de traslado se han acortado. Lugares de consumo cerca de las familias que los requieren.

Respecto a esta temática de la ciudad, se realizó una entrevista a un funcionario del instituto de planeación urbana municipal. El propósito fue obtener la percepción del funcionario, y director del implan Ernesto Ruiz Armenta en torno a la descentralización en Hermosillo.

“Yo siento que el centro no pierde su interés comercial, porque al centro los que lo visitan es gente aledaña a la ciudad de Hermosillo, de los poblados cerca y de las localidades de aquí del mismo municipio. Pero que para ellos de alguna manera es mucho más fácil llegar al centro que tratar de trasladarse a los centros comerciales, además es una costumbre. Y más debemos de asegurar ese centro que cobra vida. No debemos dejarle caer; al contrario nosotros estamos en un proceso de análisis para ver de qué forma se reactiva esta vía del centro y como es más aprovechable su entorno y su espacio. Y lógico requiere de tiempo y dinero. Ya cuando entra el factor dinero se dificulta un poco el proceso de regeneración, pero yo creo que no ha perdido el interés, no ha perdido su funcionamiento; para lo que prácticamente esta creado. Probablemente lo que tengamos que hacer en el centro y eso se nos va

dificultar un poquito que los comerciantes entiendan; tenemos que ser más considerados con el peatón, nos estorban mucho los carros, la gente no se mueve a gusto ahí. Y hacer de del centro histórico-comercial de la ciudad de Hermosillo una plaza grandota que sea peatonal que sea abierta que tenga sus espacios y mercados y tiendas ahí al caminar. Y el interés es que la persona pueda caminar libre.”

La entrevista nos aterriza en la dinámica que está tomando el gobierno en el aspecto de darle preferencia al peatón, ya que la ciudad se ha formado en torno al uso del automóvil. Se le dan todas las facilidades y dejan a los peatones a un lado. Como se pudo observar en la entrevista existe un plan de cerrar el centro y volverlo por completo peatonal. Una labor que resultara difícil, Por el extenso uso del automóvil y los autobuses que dan movilidad a los habitantes. Y cerrar el centro a los automóviles podría resultar complicado. Se ve el interés a futuro del funcionario por el centro y su renovación, y las proyecciones que tienen al pensar en el peatón. Solo el centro geográfico-cultural de Hermosillo puede representar a toda la entidad, al Estado de Sonora al jugar un papel en el ámbito regional. Nos recuerda a la ciudad que fue y nos muestra como es el día de hoy. En un estado descuidado con parquímetros, automóviles mal estacionados, personas sin hogar pidiendo dinero, y gente que camina con rapidez son el pan de cada día. Representando la actividad comercial, se encuentran tiendas con muchos años de antigüedad.

Hagamos una revisión del centro de Hermosillo en sus inicios. A principios de los 1900, negocios como: destilerías, fábricas, boticas, imprentas, emparadoras, abarrotes y distintos negocios que importaban mercancías de valor para los que contaban con el poder adquisitivo para comprarlas. (Fábricas de Francia, la torre de babel, (la última, actualmente se encuentra el imparcial)) Una ciudad en la que la tradición de visitar y vivir el centro se ha ido palideciendo para dar parte a una liquidez e inmediatez, Fenómeno visto por la cantidad de automóviles. Y su centro es precursor del comercio, impulsado por las políticas de Gobierno las políticas urbanas en la que los medios e infraestructuras son para aquello que es nuevo y que deja ganancia en la

ciudad. Y de acuerdo a Sordo (2011) Un habitante que deja de reconocerse en los espacios, es solo un transeúnte y consumidor de mercancías. Un extraño que actúa defensivo y que esquiva de prisa los problemas que la ciudad pueda provocarle. A este ritmo las ciudades se desvanecen, al tiempo que se desvanece nuestro interés por preservar el buen estado de las estructuras, las reglas de civilidad y de convivencia.

2.2 Políticas Urbanas.

Dentro de los gobiernos se contempla activar la economía en las ciudades. Atraen negocios y capital, llegando a comprometer espacios públicos, que se encuentren en algún lugar de interés para hacer negocios. En otras palabras la ciudad se está convirtiendo en un gran centro comercial, Por ser el sector servicios el que tiene mayor demanda. Con ello el marketing de la ciudad, en el que llaman a empresas locales y foráneas a establecerse. La publicidad muestra a los consumidores aquello deseable. De manera que este no se quede atrás dentro de la tendencia global de consumo.

En una revisión de documentos históricos de la ciudad de Hermosillo, se le llamó la ciudad de los megaproyectos, asimismo se menciona que todo el fenómeno modernizador comienza desde sus inicios de ser el pitiquin denominado "pitiquin de pimas cocomacaques" (con el nombre autóctono de "pitiahaquim"), cumpliendo una misión encomendada por el alcalde mayor de Sonora en este tiempo, Señor Domingo Gironza Petris de Cruzat, de someter al orden a los sublevados indios pimas y seris. Juan Bautista, alcalde mayor en el real de Nuestra señora del Rosario de Nacozari, llegó el 18 de mayo de 1700 a el territorio de Hermosillo, el Pitiquin que se ubicaba en lo que hoy es el vaso de la presa Abelardo L. Rodríguez, desde esta etapa histórica hasta los años 90's en Hermosillo empieza la "aventura globalizadora" descrita por Duarte (2003) en la que los espacios tradicionales son recuperados y entre otras cosas pasa lo siguiente:

- “Las invasiones urbanas se incrementan alarmantemente.
- La mancha urbana se expande y el municipio no sabe cómo servir a esta parte de la población ya que no se contaba con ningún servicio básico.
- Los centros urbanos son potenciados por las cadenas comerciales.
- Los fraccionamientos cerrados son para “todos” los niveles socioeconómicos.
- Las instituciones de planeación urbana aparecen, y con ellas una intención del llamado marketing urbano.” Duarte (2003)

Al hablar de las políticas urbanas los encargados de desarrollo y ordenamiento urbano del gobierno deberán tomar ciertas medidas y planes en toda la ciudad. Considerar espacios para equipamiento social, aprovechar las áreas libres desocupadas (baldíos, campos etc.) para el desarrollo recreativo y cultural de la población; ubicar las nuevas áreas habitacionales haciendo estudios de suelo y de ecología.

Dentro de estas políticas se debe abrir paso a la necesidad de recreación de los habitantes de la ciudad y usar el tiempo libre de forma positiva. Creando espacios donde se promueva la identidad, convivencia y cultura en diferentes formas. Para esto se deben procurar los espacios públicos como plazas, parques y andadores de la ciudad. Y atender a grupos de gente en condiciones de vulnerabilidad tales como: gente discapacitada, de la tercera edad y niños, al tiempo que se crea una ciudad eficiente, que cumpla la demanda pública por medio de los servicios públicos. Uno de estos es el “recarpeteo” y/o renovación de calles, enfocado a tener vialidades buenas para el transporte, accesos a las colonias. Y volver más turística a la ciudad. La implementación de programas culturales y de atención del Estado y del municipio que harán “verse” mejor a la ciudad y que haya una competitividad urbana.

“Estrategias que se basan en una aproximación territorial al desarrollo a través de una concepción del lugar no como «contenedor de usos» sino como «*milieu*» lo cual incluye factores como la historia productiva, cultural, política y social de la localidad. Un clima emprendedor, una buena calidad de los recursos humanos y del tejido empresarial y una calidad medioambiental atractiva a la inversión. Por otro lado, se basan también en la constatación de que el desarrollo económico local no es factible si no se ponen en marcha mecanismos de cooperación entre los diferentes actores sociales, económicos y políticos, lo que supone modificar estilos de gobierno y formas de actuar muy arraigadas en la cultura administrativa local.” (Areilza, Urrutia: 2000; 247)

Desde hace décadas los administradores de la ciudad a partir de políticas públicas llaman a inversiones de forma más fuerte, antes que otros periodos y generar un crecimiento en la economía. Con ello el turismo que a nivel mundial iba en aumento al igual que el tiempo libre. Hermosillo, más que una ciudad del turismo es una ciudad de negocios. el turismo entra en forma secundaria ya que no es un municipio tan propicio, pero si formándose como la actividad que complementa a las ciudades para solucionar los problemas económicos. Desde la óptica turística la ciudad se ha vuelto más atractiva, por sus características. Quizás Hermosillo no sea centro de sol y playa, pero tiene playas cercanas: Bahía de Kino, Guaymas y San Carlos. Cercanía que se ha vuelto ventaja para la ciudad, que atrae otro tipo de inversiones. Como anteriormente se mencionó las administraciones de los gobiernos han puesto en marcha proyectos de renovación y espacios que serán destinados al uso y consumo en la ciudad, regalándole a la ciudad una mejor vista urbana e iniciándose una promoción exterior, no sólo del municipio sino de todo el Estado de Sonora.

Se necesita reflexionar sobre el equipamiento de las ciudades y sus políticas a futuro, que en algún momento llegaran a comprometer espacios públicos y de vivienda. Deben vincularse las políticas culturales y la planeación de la ciudad. Por ser escenario de hechos sociales y parte en la vida de sus ciudadanos. En tanto las estrategias de desarrollo urbano se extienden, la mejora de los espacios y su rehabilitación será fundamental. Ya que una ciudad

que no conoce su pasado no se reconocerá en el futuro. Y espacios como el centro histórico de la ciudad, sello de Hermosillo y su permanencia o cambio definirá la ciudad en su relación cultura-espacio se vaya degradando.

“El aspecto más preocupante de la crisis del planeamiento urbano, pero a la vez en el que ha de establecerse todo plan, Es quizás el vacío existente en la planificación político-social-económica. Consecuencia de los rápidos cambios impuestos por el modo de producción emergente y la indefinición actual de las consecuencias de los mismos. Este es un aspecto que deberían tener en cuenta los nuevos actores que operan en el entorno urbano. Cuando apuestan por estrategias de *marketing urbano* con escasa proyección en los planes a largo plazo.” (Areilza y Urrutia, 2000;240).

El proceso de reimaginación mediado por los planeadores y administradores de la construcción física de la ciudad, se prevee la planeación urbana de la ciudad, pero con un papel limitado, ya que hay cosas que están fuera de su alcance como el establecimiento de invasiones. Sus políticas han estado encaminadas a la renovación de espacios que se convierten en prioridad, por su posición central y por la oportunidad que ofrecen para reimaginar el conjunto de la ciudad. Dentro de los programas de desarrollo urbano en las ciudades se contempla el hecho de preservar el centro histórico-comercial de la ciudad, con obras para realzar los espacios no tan actuales, un El modelo las secretarías de desarrollo urbano concentrado en llevar a cabo obras y edificios, encaminados a cumplir con las necesidades inmediatas que les dejen una ganancia económica y con una visión a corto plazo. Proyectos urbanos dirigidos a reactivar y regenerar la economía y crear un nuevo imaginario de ciudad, con financiamiento público.

2.3 Consumo, Tiempo libre y Recreación en la Plaza comercial.

Por medio de estas variables los ciudadanos y consumidores nos apropiamos de la ciudad como producto, así aparece la competencia entre las mismas. Los ámbitos de la vida y socialización de un ser social se reúnen en un espacio, conjuntando elementos que evocan a otras ciudades o modelos arquitectónicos extranjeros e icónicos, consumimos la ciudad al transitarla.

Al ser el consumo un hecho social que indica una producción de símbolos y depende de los sentidos y valores que los sujetos le dan a objetos y a actividades de consumo. No es centrar nuestra vida y recursos económicos e incluso emocionales. No es que los productos muevan a la sociedad, pero forman una parte importante de esta otorgándole estructura a la identidad, con luchas por la significación de objetos sociales. Debemos hacer una comparación entre consumo y consumismo, al no tratarse de la misma cosa, el último es inmediato donde el comprar es parte de la monotonía y la adquisición de productos no necesarios para el consumo primario. No todos los consumidores tienden a este comportamiento, que como propósito está el adquirir más y más productos, tratándose de una práctica de acumulación. De entre los cuales se obtendrá lo mejor y lo más "nuevo". El consumo consiste en hacer un uso y disposición de estos, según Bauman (2007) la vida del consumidor invita a la velocidad, ya que la época actual se ha vuelto ahorista y de oportunidad. En donde las compras inmediatas y los deseos de consumo son aliviados casi automáticamente. además este autor describe que cuando el consumidor realiza un balance de lo que compra, se le llama *homo consumens*.

"El mall no es el nuevo centro de la ciudad (a la manera de las ciudades tradicionales) sino uno de los nuevos centros de la gran ciudad. En la mayoría de las nuevas ciudades o barrios el centro comercial es el punto central del territorio, el lugar más concurrido y significativo en el plano mental que el habitante se ha hecho de la localidad donde vive. Es el mercado y el ágora de las ciudades actuales: es el espacio central de cohesión social." (Medina, 1997;114)

El consumidor dentro de un centro comercial como *Plaza Sendero* va en familia; encontrará actividades para sus diferentes miembros: cine, tiendas etc. en donde el consumo familiar es una forma de llegar en el consumidor y lo utilizan como estrategia; Por ser la familia y los valores muy importantes. Por fungir como la primera institución y refugio para el individuo. Los centros comerciales, introducen significados y evocaciones en el acto de compra, significados cada vez más cercanos al ocio y el juego, Lo que hacemos al comprar es demostrar nuestra fe y devoción en los objetos que adquirimos. Las compras se vuelven rituales, el consumidor se adapta a las modas y asume reglas de consumo.

De acuerdo a Hiernaux (2006) El centro comercial es un antiguo principio organizador que no dejara de ser utilizado, dentro de la vida. Característico de la vida norteamericana, que se ha convertido en institución influyendo directamente a México por ser país vecino.

Algunos autores señalan que los consumidores de centro comercial hacen ciudad al recrear formas de socializar que no ejercen en sus entornos de residencia o trabajo. Refiriéndonos al consumo económico-cultural, fungiendo como espacio privado de carácter público, y destacar el uso que se hace del espacio por medio del tiempo Libre que juega el papel principal al concentrar la plaza comercial al ocio y recreación. El ocio y el tiempo libre siempre han existido pero se le empieza a dar un uso con fines de edificación a partir Aristóteles y platón quienes analizaron el tema, al ser un ideal de que el hombre es más de lo que parece ser. Y el ocio le permite desarrollar su potencialidad. Esto como antecedente histórico, En la etapa romana que le siguió a la griega, al día domingo se le dio lugar como día libre y sagrado, otorgándole un nuevo sentido al descanso en donde la relación del hombre con la religión era arraigada. Para luego a partir de siglo XVI con el crecimiento del mercado se deriva el ocio, mismo que trae el concepto de ociosidad, condenante ya que el trabajo y su labor dignifica al ser social.

El ocio, el tiempo libre y recreación tienen su concepto en el siglo XXI dentro de países desarrollados. Con una significación simbólica resultado del momento en la historia. De una lucha de la clase trabajadora en la revolución industrial por querer individualizarse y mejorar la calidad de vida del trabajador. Su lucha por disfrutar de su tiempo libre y su descanso, donde existan dos días libres de carga de trabajo. A un momento para desarrollar su creatividad, su imaginación y liberación. Actualmente es un derecho legitimado por leyes en el que: "Toda persona tiene derecho al tiempo libre y particularmente a una limitación razonable de la jornada laboral y a unas vacaciones pagadas". Declaración universal de los derechos humanos, artículo 24.

El ocio y tiempo libre puede ser destinado a la Diversión y al desarrollo de la capacidad creadora, respecto a la diversión está encaminado a producir una satisfacción personal, con actividades físico recreativas. En relación a la capacidad creadora aquí practica distintas actividades en las que el individuo desarrolla su creatividad, espontaneidad e imaginación. Los conceptos de ocio, recreación y tiempo libre se les relaciona como si fuesen una misma cosa. Dejando de lado el aspecto conceptual. Han dependido de la época histórica donde se han desarrollado. Para poder comprender el concepto de ocio, recreación y tiempo libre necesitaríamos ver cada época. Al depender de sus intereses, políticos, económicos, sociales etc. el ser humano está en una constante búsqueda de sus ideales, sueña, intenta ver esos sueños materializados. El comportamiento del ser social cambia en torno a esto. Debemos ver las dimensiones del ocio y tiempo libre.

Mudarra y Solana (2002) Explican el desarrollo y las implicaciones sociales, físicas y psicológicas de estos. Indispensables para el desarrollo personal, al usar el tiempo le permite llenar un conjunto de necesidades. Partiendo por el descanso, diversión, equilibrio físico y psíquico, y le permite ampliar capacidades por medio de la creatividad, expresión etcétera. Es importante hacer mención que el tiempo de ocio puede mejorar la relación entre las personas, aumentar la participación social del individuo y realizar alguna actividad física y/o actividades culturales.

“Pueden existir dos formas de uso del tiempo libre:

- Destinado al consumo: En lo económico, el ocio es ya una actividad de consumo, ya que este tiempo lo utiliza el individuo, para hacer de él lo que quiere, compra, vende, renta.
- Satisfacción de necesidades de evasión o escape de rutinas: se refiere al uso del tiempo libre, tiene una función social, ya que va a permitir una mejora de las relaciones sociales.” (Mudarra y Solana, 2002; 289)

Función social: el ocio va a permitir una mejora en las relaciones sociales, dejando de lado la soledad y haciendo que se mejoren las relaciones interpersonales, además el ocio distingue a las clases sociales, ya que estas van a establecer el tiempo de ocio. Asimismo el ocio es coadyuvante para mantener una buena salud física, lo que produce que tenga una acción terapéutica.

“Tiene 4 funciones-: educativa, recreativa, utilitaria y social, la primera estas actividades llevan consigo un objetivo intrínseco educativo de formación del individuo y participación en el aprendizaje de nuevas actividades, el segundo lleva implícitas algunas de las características anteriormente mencionadas al aparecer un descubrimiento de sensaciones placenteras por la actividad, el tercero desarrolla aspectos de salud (físico y fisiológicos) respondiendo así a las necesidades individuales de la persona, y por último las actividades físico recreativas favorecen las relaciones sociales.” (Mudarra, Solana: 2002;290)

Cuadro 2.1 Equipamientos de ocio y recreación

Equipamientos de ocio y recreación	Para paseo, relajación, juegos, actividades al aire libre
	Para deportes
	Para espectáculos, encuentros, vida social

Fuente :Coronio, G. y MURET, J. P. Loisirs, Guide pratique des équipements, Centre de Recherche D'Urbanisme, Paris, 1976.

A los municipios les corresponde promover los espacios públicos y ponerlos al servicio de la comunidad, sean áreas verdes, parques, administrados de forma sustentable, así como de promover una experiencia lúdica natural, en el que pueda evocarse al medio rural de Sonora e interactuar con el medio ambiente, este tipo de espacios existen pero son muy pocos. Uno es el CEDES (Centro ecológico del Estado de Sonora). Ocio y recreación pueden incrementar la calidad de vida de las personas y deben formularse las políticas enfocadas a que los ciudadanos encuentren aspiraciones. Al buen uso de tiempo que no se trabaja, considerado subproducto del trabajo. Existe una amplia gama de actividades que pueden realizarse en el tiempo libre, el uso de este la relación con el dinero que se gasta. Las maneras en que el individuo organiza su tiempo, su vida cotidiana y se dedica a creencias, valores y formas de comportamiento. Busca su estilo de vida, que en alguna medida construye el tejido social. Cada quien tiene la autonomía para hacer lo que quiera con su tiempo libre, al ser un acto individual que significa libertad de trabajo y de actividades. Los cines, televisión y radio son populares al ocupar gran parte del tiempo libre de los individuos que acceden a ellos. Y son los medios masivos de comunicación que resaltan y promueven el uso del tiempo libre, las compras al supermercado, anuncios de productos y tecnología deseable. El tiempo libre es una necesidad para los trabajadores que necesitan descanso para producir y tener el tiempo para consumir.

Otra necesidad en el tiempo de ocio y libre es la recreación, considerada necesidad básica al contar con una pausa del trabajo en donde el individuo se vincule a actividades exteriores: actividades deportivas, al aire libre, viajes, sin distinguir sexo, educación o nivel económico. Le permite buscar experiencias significativas para su desarrollo personal, las actividades recreativas hacen posible generar nuevas capacidades y necesidades. Actividades propias del individuo dentro de su tiempo libre, avocadas a su esparcimiento y entretenimiento personal.

2.4 Descripción y Usos del espacio de Plaza Sendero

La ciudad es espacio de encuentro y diversidad por las nuevas políticas inmobiliarias, recalando la importancia de los negocios dedicados al sector servicios. Haciendo de la ciudad global un espacio dividido, secuela de la dinamización de la ciudad por cambios económicos y tecnológicos. Productos de la necesidad primaria de la población al tratarse de los consumidores. Una plaza comercial que concentra a la población del área sur de Hermosillo, y cercana al sector industrial del parque industrial. Goza de ciertos beneficios al momento de moverse uno es que le da cierta ventaja al estar ubicada la plaza como centro de trabajo y consumo.

Se vislumbra como lo nuevo y novedoso, convertido en punto estratégico en el área sur, sector proyecta mayor crecimiento en el sector vivienda hacia el área que da a Guaymas, por encontrarse Cytrar S.A de C.V empresa encargada de recibir los desechos de la industria, tipificados como peligrosos, operando hasta 1998 como confinamiento de residuos industriales en el sur de la ciudad de Hermosillo, en el sitio conocido como "las víboras", empresa operada por TECMED, que en un principio sería para ubicar a Ford Motor company en 1986, para transferirse al parque industrial de Hermosillo. Después de dos años de haber iniciado labores, y luego de pugnar un grupo de ciudadanos y organismos no gubernamentales. Cerró sus puertas al dejar de recibir, procesar y depositar residuos peligrosos en sus instalaciones; ya que la empresa debía renovar la cedula de operación, misma que fue negada por SEMARNAP y el Instituto Nacional de ecología, argumentando que se habían incumplido puntos previstos en la licencia. Continuando cerrado a la fecha y representado un riesgo a la salud por los desechos ahí concentrados en colonias cercanas. Es por esto mencionado anteriormente que no se plantea un crecimiento hacia esta área, por los riesgos a la salud que pueden representar, al tratarse de un confinamiento cerrado desde hace años.

A los centros comerciales varios autores los han considerado como espacios públicos de iniciativa privada. Las plazas tienen como dueños a corporaciones, de uso colectivo pero privadas, los administradores se reservan el derecho de admisión, por ejemplo a una persona indigente le pueden negar el ingreso, por lo tanto es excluyente por ser un espacio privado. El visitante no se comporta como lo haría en la calle, porque al momento de entrar debe aceptar las normas de comportamiento. Tal como si estuviera en el espacio de alguien; comparándose con visitar a un conocido, con cierto respeto y no como si caminara por su misma ciudad.

El uso del espacio se está definiendo basado en el modelo americano de consumo. Estados Unidos es el país con el mayor número de centros comerciales, catedrales de la sociedad posmoderna. Este espacio fágico un concepto acuñado por Bauman (2004)



y consiste en ingerir, en devorar cuerpos y espíritus **Figura 2.7 Interior de Plaza Sendero.**

extraños para convertirlos, por medio del metabolismo, en cuerpos y espíritus idénticos al cuerpo que los ingirió. En la idea de que a los habitantes se les impone el supuesto de vida moderna por medio del centro comercial. Cuyos consumidores son de clase media-baja, ubicada al sur de la Ciudad de Hermosillo Sonora. Iniciando actividades en el año 2006, momento en que los cambios en la ciudad eran notorios. El preámbulo para ubicar una plaza en ese espacio era favorable por contar con una buena infraestructura, influenciada por presencia de plantas industriales proveedoras de Ford.

Plaza sendero tiene instalaciones climatizadas y amplias. Volviéndose en el imaginario colectivo una versión de centro. En la que



Figura 2.8 Tiendas en Plaza Sendero.

Foto : <http://img703.imageshack.us/img703/6789/p65l.jpg>

adultos, jóvenes y niños cubren su necesidad de consumo. La mayor parte de sus visitantes son de colonias cercanas. Al igual que si estuviera en el centro histórico-comercial de la ciudad, El individuo lleva a cabo un rol en el que decide ser un consumidor que observa, escucha y compra. En el que sus elecciones pueden ser variadas y decidirá si pierde o gana en términos de consumo. El espacio es tomado como producto de la acción del individuo, de su interacción, además de los cambios y las transformaciones dadas en el pasar histórico y social.

La funcionalidad que representan estos espacios que según López (2006) se despliega como imitación de calle, con tiendas a los lados, con faroles, bancas y el no ser una calle radica su competitividad, espacio tranquilo, al no pertenecer al exterior. Y afuera están el tráfico e inseguridad, hace que los consumidores se sientan más seguros dentro del centro comercial.

La forma en que la ciudad se ha venido desarrollando, la ha vuelto atractiva para nuevos negocios y rentable a inversiones. Movimiento que a nivel mundial está sucediendo en las ciudades, y Hermosillo con la movilidad de sus habitantes y la presencia considerable de automóviles por familia habla de prisa y comodidad, por tener lo propio. El centro comercial o plaza puede demostrar las relaciones de la sociedad con la actual economía de un mundo globalizado. Este tipo de instalaciones crecen aceleradamente en diversos países. Su dimensión tiende a crecer y se instalan en áreas periféricas, basadas en el uso del automóvil y requieren un área grande para estacionarse. Desarrollos empresariales que tienen instalaciones modernas existen en países como Japón, Corea y Chile, usando una arquitectura y diseño urbano que representen la eficiencia y modernidad.

Al ir a una plaza comercial primero se busca un lugar de estacionamiento, la entrada más cercana, Plaza sendero cuenta con 2295 cajones para estacionarse, es fácil y rápido de llegar, ya que las vialidades están equipadas y constituidas. Acosta Verde, se encarga de planear, construir y supervisar las plazas en el país. autor en México del concepto de centros

comerciales de compras con enfoque al entretenimiento, donde el papel de establecimientos ancla lo representan las tiendas de autoservicio y salas de cine. Cuenta con gran variedad de locales comerciales que permite cumplir con las necesidades de consumo, diversión y paseo en familia. Plaza sendero tiene en su interior 21 Sub-Anclas, 108 locales en su interior, 19 locales de Fast Food, 52 islas kioscos interiores, 7 Sub-Anclas exteriores.

Una tienda ancla es un establecimiento dentro de un centro comercial, que por sí solo genera gran afluencia de consumidores, y esta gente que visita a esta tienda puede ver otras que se encuentran alrededor de la tienda ancla, ejemplo de ello en Plaza Sendero es Soriana “hiper”,



Figura 2.9 Vista exterior de la Plaza.

Foto: <http://img202.imageshack.us/img202/2769/sendero1.jpg>

hipermercado que genera miles de visitas diarias de personas que van a la Plaza, de gente que va a comprar abarrotes y despensa.

El formato de plaza sendero tiene más de 30 plazas similares operando y aproximadamente suman dos millones de metros cuadrados. Acosta Verde es de las principales desarrolladoras comerciales de México. Anualmente reciben más de 156 millones de visitas. Este formato de centro comercial busca ahorrar en la operación de las plazas. Nuevas formas de comercialización y modelos económicos renovados con miras a crecer.

La empresa se encarga desde el diseño, construcción, administración y mercadotecnia, para servir mejor a los clientes, consumidores o sus arrendatarios. Ha implementado nuevas estrategias en todas sus áreas, en términos de eficiencia en uso de espacio y a la relación de ventas y áreas comunes. En donde sus mejorías reducen costos en mantenimiento, operación, inversión, aumentando así su rentabilidad.

“Para los consumidores Plaza Sendero es un centro comercial completo, que ofrece una gran solución a sus necesidades día con día. Desde surtir despensa, ir al cine y ver una película. Comprar a gusto en las tiendas departamentales, o boutiques para dama y caballero, encontrar ropa y accesorios para niños, zapaterías, joyerías, bancos, establecimientos de servicios, y dar un paseo con ambiente 100 por ciento familiar.” Revista inmobiliare (2010)

Este centro comercial cuenta con:

- Pasillos que conectan a 2 plazas con domos e iluminación natural.
- Plaza de comidas o “food court”
- Dos conjuntos de baños con equipamiento completo en dos extremos de la plaza.
- Área de administración
- Áreas de limpieza
- Pasillos de mantenimiento para locales
- Dos casas de máquinas, donde están todos los equipos de operación de la plaza.



Figura 2.10 Food court de Plaza Sendero.

Fuente: Skiscrapercity.com

Las áreas comunes suman un total de 12,492 m.

Las áreas que le pertenecen a acosta verde son llamativas. Un espacio diseñado únicamente para el consumo, para el intercambio, dinero-mercancía. Con accesos y últimamente con una imagen más fresca y renovada por los colores vivos que tiene, dentro del área cercana al cine, hay un tragaluz con luz directa.

Esto contribuye a que sendero se vuelva el lugar de compras de preferencia. Su arquitectura representa lo nuevo y anhelado. Con una experiencia de 10 años de sus proyectistas y presencia en el norte y centro del

país. En 2006 la empresa abrió más plazas que en ningún otro año con 5 plazas en Hermosillo, Querétaro, Nuevo León, Estado de México y San Luis Potosí. El año 2006 fue importante no solo para la empresa, sino para la ciudad de Hermosillo, al ser esta plaza precursor de otras más en la ciudad y de algunos cambios que se hablarán en el siguiente capítulo.

El consumo en este espacio se ha vuelto más trivial, se mezcla de tal manera, que el ir de comprar se vincula directamente con el esparcimiento y con otras actividades ligadas al proceso de reproducción de la vida cotidiana. Las prácticas de consumo son más complejas, por el aumento de la movilidad, y al haber un mayor número de productos al consumidor le será más difícil elegir. En la ciudad las compras se ligan con otras prácticas urbanas tales como la reducción del tiempo de trabajo y la fácil movilidad. Los espacios de consumo se han extendido y reorganizado en torno a procesos de articulación global que la ciudad va implementando. Aunado a la expansión de la ciudad, que se traduce en cambios en la sociedad urbana, en las formas de vida y el desarrollo en los lugares de interacción social. En los últimos 20 años estos procesos han cambiado estructura, funciones e imagen de la ciudad, creando una exclusión y segmentación social con efectos en los espacios locales que en la primera parte de esta capítulo se han mencionado. Igualmente de los grupos sociales, que tienden a debilitar las cualidades del espacio público, dándole preferencia a los nuevos espacios privados o los centros comerciales. Ir de compras no atañe solamente a la comida, los zapatos, autos o mobiliario.

“La ávida e interminable búsqueda de nuevos y mejores ejemplos y de recetas de vida es otra variedad de salida de compras, y por cierto muy importante a la luz de la enseñanza que nos dice que nuestra felicidad depende de la competencia personal, pero que somos personalmente incompetentes o no competentes como podríamos serlo si nos esforzáramos más.”
(Bauman:2002;80)

Se habla de una nueva problemática, durante el día el espacio que representa la plaza Sendero se llena y de noche se vacía completamente.



Figura 2.11 Vista panorámica de Plaza Sendero

Fuente: Google Street view

Jóvenes e incluso adultos, visitan el espacio público de la plaza Zaragoza o Catedral se ha vuelto punto de encuentro de estilos, de tribus urbanas. Lugar para ver al otro también; este mismo papel es el que juega el centro comercial, de disfrutar el tiempo libre y el fin de semana. Siendo el día domingo el que recibe mayor cantidad de gente, lugar central en el que sucesos y procesos sociales se dan. Por encontrarse los poderes Estatal y Municipal, foro de manifestaciones, de política, música y cultura. Hay que realizar una revisión de que el actor social tiende a la individualización y a la privatización, que se expresa en las formas en que este se relaciona y privatiza los espacios, y la forma en el uso de espacios públicos para funciones comerciales.

La complejidad que deriva de los cambios de la ciudad se expresa en el uso y en la apropiación de los lugares como Plaza Sendero y en las prácticas del individuo y en la vida local. La popularidad de este tipo de espacio está basada en la inseguridad en el espacio público, que entre tantos lugares como espacios públicos y privados ahora representan a la ciudad.

“Son muchos los rasgos a partir de los cuales se puede caracterizar una ciudad, pero uno de los más importantes es la base económica, porque a través de ella la ciudad se integra al sistema y se determina la forma en que presenta la integración de los centros urbanos. El análisis de la especialización funcional permite identificar patrones espaciales en la distribución y estructura de las funciones urbanas.” (Aguilar y Vázquez, 2000;88).

En lo que concierne a especialización funcional, es referida al sector servicios. Al contar con un sistema de servicios importante en la ciudad, formando parte de este sector Plaza sendero y cada plaza y centro comercial en la ciudad de Hermosillo Sonora. Espacios dedicados al consumo y disfrute de quienes le visitan y sector económico creciente que tiene como punta de lanza una modernización, industrialización y un buen desempeño de la ciudad al hablar de sus edificaciones ahora monumentos de progreso como sus puentes, distribuidores. Ahora bien como ciudadanos tenemos la libertad de considerar la misma vida como una salida de compras prolongada de acuerdo a Bauman (2002) y considerar al mundo como un depósito de productos de consumo. Dada la oferta-demanda y los recursos económicos para adquirir de entre tanto, ciertos productos a consumir y adoptar nuestro papel de ciudadanos-consumidores y habitantes del mundo en nuestro tiempo libre, encontrando recreación por medio del paseo y reconocimiento de los espacios de la ciudad.

“La ciudad debería de poseer diferentes mecanismos que intenten eliminar la desigualdad socio espacial en ese sentido, constituye un sistema de espacios públicos, como lugar de expresión de la fiesta, pero también de la protesta y de la mezcla social hacia donde deben apuntarse los esfuerzos por hacer ciudad.” (García: 2004;79)

Hermosillo en los últimos 10 años aproximadamente ha sido sitio para las edificaciones comerciales, que más adelante se detallara. Resultado de procesos de crecimiento y modernización urbana, conjuntando espacios, lugares y sitios públicos y privados

Capítulo 3

Modernidad Urbana

La Modernidad urbana incluye los cambios en la morfología de la ciudad. En donde sus habitantes cambian las formas de moverse en ella, haciendo uso de elementos que no había en otro momento. Uno de estos son los centros comerciales, que han hecho que la calle sea el principal protagonista. Por requerimientos de infraestructura y la gran cantidad de automóviles que circulan en la ciudad. Han hecho del espacio público un espacio sustituto, por estar pensada la ciudad para los automóviles. Una tendencia que se observa en toda Latinoamérica. Cambios en la estructura y fenómenos en la ciudad moderna han sido objeto de estudio desde los años 80, cuando se da el boom de los centros comerciales en Estados Unidos. Hecho que evidentemente influye en México y al Estado de Sonora por su cercanía, influencia y relaciones que mantiene, especialmente con Estados Unidos. Hermosillo es ejemplo de la ludización de espacios y del crecimiento de áreas comerciales, hoteles y el sector servicios. Expresiones del rediseño de la ciudad. Que hace de las vialidades y los centros comerciales los nuevos centros de encuentro en la ciudad, Ahora polos intraurbanos. Cambios que a simple vista son positivos, como parte del progreso social que trae la modernización, frente a normas de producción y tradiciones que limitaban el desarrollo. Alcanzando esta modernización por medio de gestiones de Gobierno Federal, Estatal y Municipal, junto a las promesas de progreso económico. Hermosillo al contar con un sector industrial completo y un predominante sector servicios, que generará las condiciones adecuadas para utilizar los recursos de infraestructura y equipamiento urbano para un mayor desarrollo económico. Las transformaciones espaciales en la ciudad que dan cuenta del proceso de constitución de orden y de la estructura de los espacios construidos. Como

parte de la dinámica de cambio y de políticas. Sus características, una de ellas el crecimiento demográfico, impulsado por el proceso industrializador. Este trabajo tiene como intención explicar los fenómenos alrededor de este proceso, en donde una de sus expresiones son los centros comerciales, imitando modelos internacionales por medio de su arquitectura.

Hermosillo entrecruza lo tradicional y lo moderno, que comienza a partir de los años cincuenta del siglo XX. Con procesos y transformaciones que se han manifestado en el ámbito socioeconómico y científico-tecnológico. En la que conviven formas de vida, intereses de sus habitantes y niveles de calidad de vida. Esto de acuerdo a problemáticas en torno a las dinámicas que impulsa el proceso industrializador todo ello para convertirse en una metrópoli, una nueva forma de ciudad.

En los últimos 20 años se han visto acciones y renovaciones en los espacios urbanos. De los años 1940 a 1980, Se dio un proceso paulatino de cambio de un sector económico basado en actividades agrícolas y ganaderas, a un proceso paulatino de industrialización. Generó un gran dinamismo económico que permitió implementar estrategias para la mejora de la calidad de vida de la población, de integración y participación de los ciudadanos que habitan y viven en la ciudad. Esta se ha reconfigurado por obras urbanas, siendo parte de ello, la aparición de nuevos espacios. Los pobladores de las ciudades ya no irán con la frecuencia a donde antes iban por sus compras, refiriéndonos al centro urbano-comercial de Hermosillo, que pasa de un centro comercial abierto a una



Figura 3.1 Sectores económicos: Industrial, agrícola y de servicios.

galería o plaza comercial. El crecimiento y expansión del territorio de una ciudad hace que esta se ponga a la venta y espera a que la consuman.

Es propósito de este capítulo mostrar los antecedentes de la transición de Hermosillo de una ciudad industrial a una ciudad de servicios esto a partir de los últimos 15 a 20 años aproximadamente, se sugieren los nuevos polos intraurbanos a partir de la modernización de la ciudad y las particularidades de los centros comerciales desarrollados en los últimos años.

3.1 Ciudad de Servicios e industrial.

Entre 1940 y 1980 la industrialización generó una urbanización acelerada que innovó el espacio social, que resultó en el predominio de la sociedad urbana. Desde los años cincuenta la industrialización se localizaba en el territorio de la ciudad de México, a Sonora no llegaba aún este movimiento industrializador, por ser un estado agrícola.

Cabe notar que durante el siglo XX los Estados nacionales fueron actores clave dentro del sistema político interestatal, en la medida en que actuaban como proveedores principales de la forma de organización requerida para canalizar los flujos e intercambios a través de las fronteras. Pero esta situación, como explica Sassen (1994) cambia dramáticamente desde los años ochenta, derivado de la privatización, desregulación y apertura de las economías nacionales a empresas extranjeras y de la participación creciente de actores económicos nacionales en los mercados globales.

Según López (2007) la sociedad contemporánea está inmersa en una serie vertiginosa de transformaciones, llena de altos contrastes, en la que el consumo tiene un lugar central en nuestra vida cotidiana, presentado en las transformaciones del espacio de la ciudad, en el consumo y sus variados cambios.

Para este caso los noventa en Hermosillo ha sido una etapa crucial, dado el proceso de modernización, en la que la parte del río Sonora adquirió importancia en la localidad. Esta área en especial se vuelve hito comercial y de oficinas gubernamentales, los establecimientos comerciales crecieron, se ampliaron las actividades y espacios lúdicos como: cines, plazas y autoservicios. Carrefour y Walmart en los noventa fungieron como antecedentes para el fenómeno de centro comercial en Hermosillo. Parte de las respuestas a la tercerización de la economía en México, Sonora y Hermosillo. Se redefinen las políticas urbanas que dan mayores facilidades a los constructores para levantar negocios y llevar obras a término.

El crecimiento acelerado de la ciudad hacia sus puntos norte y sur fue propiciado por el despegue del sector servicios. Nos interesa en particular el área sur de la ciudad cuyo crecimiento fue impulsado por industrias establecidas en el área: plantas panificadoras, maquiladoras dedicadas a la fábrica de cables y partes automotrices. Es muy marcada la influencia que tiene la planta Ford en la ciudad y en el sector sur. Atrayendo empleos y capital, al haber una mayor demanda de producción y un aumento de proveedores, la presencia del distribuidor vial otorga una rápida movilización de la carga hacia las plantas maquiladoras y en general para aquellos que toman como vía esta parte de Hermosillo. Características que le dieron al punto sur de Hermosillo un desarrollo positivo y un atractivo para la edificación de negocios.

El habitante como parte de una ciudad y del mundo moderno se ve impulsado a adoptar su papel de consumidor a través del uso de obras urbanas: semáforos, puentes, obras viales, distribuidores entre otros. Para este caso el distribuidor vial de La Colorada se planteó como una necesidad de parte de Ford a consecuencia de su expansión y el establecimiento de nuevos proveedores. Cubriendo además la necesidad de gente que se movía hacia la carretera a La Colorada y a colonias cercanas. Obra dedicada en el año 2005 a crear un cruce del periférico oriente y periférico sur para que los automóviles pudieran transitar y resolver un problema vial. Pueden observarse alrededor de la ciudad los distintos puentes y obras que atrajeron nuevas inversiones para el

Estado. Traduciéndose en mejoras en ámbitos económicos, sociales y educativos. Hermosillo erigió con el distribuidor vial un icono urbano, lleno de contrastes. Testimonio de los procesos de modernización urbana, partícipe del crecimiento de la ciudad y los cambios alrededor de ello.

3.2 Polos Intraurbanos

La ciudad de Hermosillo cuenta con una estructura urbana policéntrica. Hablamos de una ciudad polinucleada con diversos nodos y polos trascendentales como plazas públicas, centro de gobierno, autoservicios y plazas comerciales. Vale la pregunta, ¿qué es lo que ha propiciado que la plaza comercial sea un polo en la ciudad? puede explicarse a partir de la cantidad de funciones que engloba, el rol en los cambios hacia la reestructuración de la ciudad y el lugar que ocupa en el imaginario urbano.

Se ha identificado a la ciudad de Hermosillo, desde un punto de vista morfológico, con dos tipos de crecimiento en el siglo XX: el crecimiento concéntrico hasta finales de los setentas y un crecimiento policéntrico en las últimas décadas del siglo XX y en el siglo XXI; Nos referimos al policentrismo como un modelo de crecimiento característico de una ciudad planeada. De acuerdo al diagnóstico urbano realizado por el Instituto Municipal de Planeación Urbana (IMPLAN) (2007) Hermosillo es una ciudad región que establece como ejes articuladores la modernización y regionalización, que actúan sobre factores urbanos tales como su imagen, morfología, organización espacial y sustentabilidad entre otros.

Al hablar de Hermosillo como ciudad policéntrica, nos referimos a la cantidad de centros comerciales y puntos de atención. Destinados a la sociedad de consumo, al ser espacios que reúnen servicios y los hacen relevantes en la ciudad. La estructura de esta se ha modificado y se adapta a la progresiva especialización funcional de los múltiples polos que tienden a la dispersión; Los espacios económicos se han acoplado en unidades más especializadas e independientes en su localización de las necesidades de centralismo y la

aglomeración. El viejo centro permanece, pero se reestructura para orientarse hacia un comercio más especializado dentro de la economía global. Mientras las otras funciones se desplazan hacia la red de minicentros desconcentrados. Gottdiener M. (1995) al referirnos a a minicentros se pueden entender como las plazas comerciales con pequeñas y medianas empresas que le dan al consumidor una ventaja al ubicarse cerca de sus lugares de vivienda o trabajo. El proceso, cambio y transformación de las plazas comerciales como polos se explica por el tamaño e inicios de espacios de la ciudad con mayores dimensiones. Asociado a la preferencia en el uso de los automóviles, impactando en las formas de organización y función de la ciudad.

“La ciudad considerada tanto como el complejo de la expresión de sus valores sociales organización y como el medio determinado por bastante rígido tecnológica restricciones - por lo tanto se convierte, a su vez, un enfoque, de la creación y el locus de la opresión de las fuerzas técnico-naturales pone en bienestar.” (Castells, 1977;85)

Ciudades importantes tienen entre sus características el contar con áreas comerciales dominantes en el entramado urbano. Esto propicia cambios en el valor del suelo, que tiende a bajar si estos son cercanos a la periferia.

Según López Levi (2007) serán de estructura multinodal, que creara polos de menor jerarquía al centro histórico y áreas de influencia más pequeñas. polos que le descargan funciones al espacio.

El centro histórico conserva su lugar principal en una escala interna. Muchas de las funciones que ahí se dan, ahora se desarrollan en polos como el centro comercial. Esto se observa por medio de la decadencia o desuso de los espacios centrales de la ciudad de Hermosillo. El centro tiene el mismo papel dentro de la cultura, plazas comerciales, áreas de influencia situadas en varios puntos con las actividades que se realizan en el centro urbano y comercial de Hermosillo, como bancos, cajeros entre otros.

“Los cambios en las ciudades durante la segunda mitad del siglo XX llevaron a un incremento de la cantidad de empleos en las actividades terciarias. En este sentido, se tiene como centro productivo a la industria. A girar en torno al consumo, las finanzas, los servicios y la información. Surgieron proyectos locales espectaculares como los centros comerciales, parques de diversiones, estadios y centros de convenciones, todos con la capacidad de incrementar el valor del suelo, generar mayores ventas y lograr un crecimiento económico.” (Knox, 1993;10)

El comercio tiende a descentralizarse hacia zonas residenciales. Y principalmente compiten con el comercio del centro, ahora polos de la ciudad. Generándose una devaluación en la inmobiliaria del centro urbano. Ante esto los gobiernos establecen programas y actividades financieras para que el valor del suelo sea estable. Implicando la construcción de plazas en el mismo centro de la ciudad, los centros urbanos han tenido mercado residencial como antes. Ahora se enfocan en los trabajadores de la zona, turistas y visitantes locales. En algunas ciudades el centro ha mantenido su estatus como principal zona comercial a partir de la renovación, construcción de nuevos desarrollos y de restricciones al establecimiento de cierto tipo de negocios en las áreas de competencia.

3.3 Nuevas Plazas comerciales en Hermosillo

Hermosillo se ha convertido en capital de estos espacios al contar con una importante infraestructura del sector servicios. Que en últimas décadas aparecieron en la morfología de la ciudad, resultado de la inversión privada directa en el espacio. Se distinguen

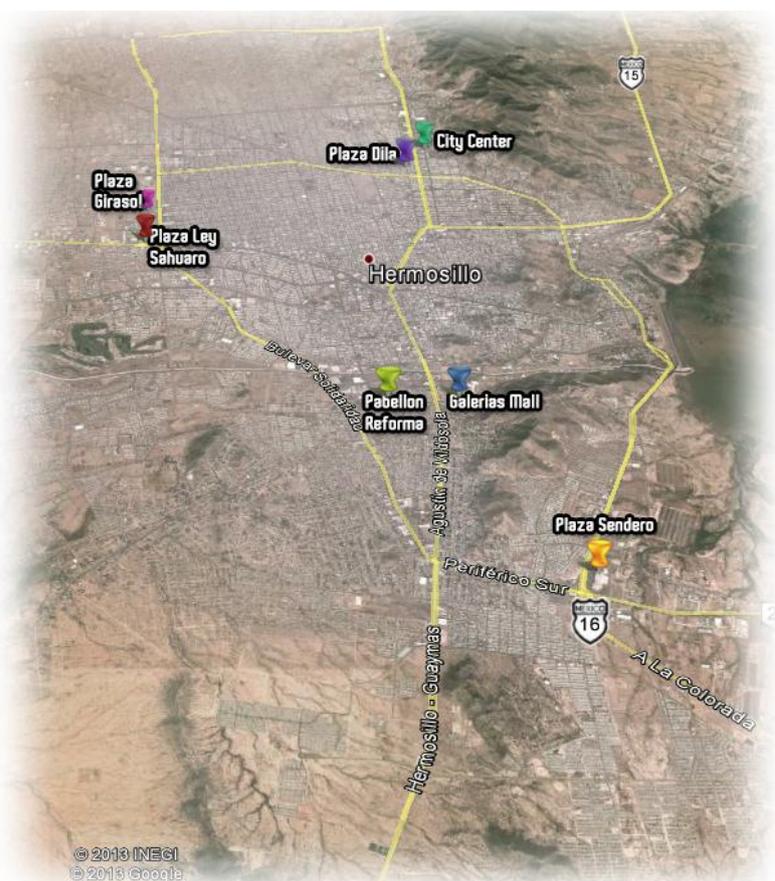


Figura 3.2 Ubicación de las Plazas comerciales en Hermosillo.
Fuente: ©2013 Google Earth. Escala indeterminada

por su carácter, efecto de la relación de comercio-capital-industria. Los cuales se han convertido en símbolos de modernización urbana, mezclando esquemas comerciales y arquitectónicos que integran actividades de intercambio de iniciativa privada y de uso público. A continuación hacemos una descripción de los principales centros comerciales de Hermosillo, destacando una breve historia de los lugares, radio de acción y ubicación dentro de la ciudad. Las plazas comerciales ubicadas en distintos puntos de la ciudad de Hermosillo, se han vuelto puntos de atracción y de movimiento económico, que se dirigen a la población medio-bajo y medio-alto. representantes de la tercerización económica de la ciudad. Con un amplia galería de exhibición de productos y hacen que las opciones de consumo se expandan. Se asocian la decoración, modas e intercambio económico. Desde tiendas departamentales y cadenas comerciales que han seguido este proceso de modernización y son detonadores de nuevas prácticas. Hace que nos preguntemos ¿qué pasará después con la ciudad? Este es realmente una característica del desarrollo económico.

Tabla 3.1 Centros comerciales en Hermosillo

Centro comercial	Descripcion	Fecha de Construccion	Ubicación /población ala que da servicio
Pabellon Reforma	Fashion mall ¹	Inicio 2007	Avenidas Reforma y Cultura, cubre el sur poniente de la ciudad.
Galerías mall	Fashion mall	Mediados 2009	Boulevard Cultura No.55 Oriente, Col. Proyecto Río Sonora
City center	Power mall	Principios 2007	Boulevard Morelos
Plaza sendero	Power mall	Fines 2006	Periférico Oriente y carretera a Sahuaripa

Fuente: Elaboración propia

¹ De gran dimensión con una tienda departamental grande, venta al menudeo, sin supermercado, generalmente de ropa y artículos de uso personal, climatizada, cerradas y de varios pisos, habitualmente acompañados de cines.

En la tabla anterior se enlistan centros comerciales de diferentes ubicaciones y dirigidos distintos estratos de la población, por algunas contar con productos de costo más elevado. Conjunta a la ciudad de perfil moderno como lo es ahora Hermosillo, siendo el centro comercial un fenómeno, parte del proceso modernizador desde los noventa a la actualidad. Formando parte de la problemática urbana y resultado de acciones de negociación y acuerdos públicos privados que se expresan en grandes transformaciones. Conformando a Hermosillo como capital de sector servicios. Parte de los cambios en la morfología urbana y los proyectos públicos.

Al mirar la ciudad, los centros comerciales al ser parte de esta, son los polos de atracción y de dinamismo económico orientados al consumo de sectores sociales medios y medio-altos. Expresión de la tercerización económica y de la articulación con la estructura económica global, ósea el modelo económico predominante. La galería de opciones que aglutina un centro comercial apoya esta idea de que dentro de este espacio existe un mundo de diversidad, que ofrece al consumidor posibilidades de elección. Se establecen en un espacio privatizado de uso colectivo y para la circulación de los consumidores, que recrea la idea de vía pública, por medio de sus pasillos e isletas. Son resultado de una planeación y de estudios de mercado que pueden indicar las ventajas locales dentro de un área determinada así como las dimensiones que la plaza debe de tener. Al haber una demanda de servicios en un territorio determinado, ósea de clientes en potencia. Como pudo observarse la tabla anterior La plaza Sendero fue de los primeros centros comerciales en forma, de modelo cerrado y dirigido a la población media del sur de Hermosillo. A continuación se plantean 6 plazas comerciales de Hermosillo incluida Plaza Sendero, y el área de impacto de cada una, con la población de las colonias cercanas a estas.



Figura 3.3 Vista Plaza Ley Sahuaro, Fuente: Google Street view, 2013

PLAZA LEY SAHUARO:

Primer centro comercial tipo plaza, con más 25 años de existencia dirigido a población media-baja. Cuenta con la tienda ancla Ley. Concentra diferentes tipos de servicios y productos y se puede hacer el pago de sus servicios, como Agua, Luz, Cajeros Automáticos, Cuenta con instalaciones totalmente refrigeradas.

Tabla 3.2 Colonias a las que da servicio Ley Sahuaro

Colonias	Población total
Pimentel	1606
Olivares	2513
Balderrama	6699
Choyal	2512
Las Torres	3307
Mirasoles	1526
Sonacer	2159
San Isidro	5104
Nuevo Sahuaro	4291
Sahuaro Municipal	2781
Alvaro Obregon	5053
Sahuaro	2507
Ramon Angel Talamante	4306
total	44364

FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010



Figura 3.4 Ubicación Plaza Ley Sahuaro, Solidaridad y García Morales. Fuente: ©2013 Google Earth. Escala indeterminada



Figura 3.5 Vista exterior de Pabellón Reforma

Fuente: Google Street view, 2013

PABELLÓN REFORMA

Es más cercano a fashion mall, inicia funciones en el año 2008 adjunta a Ashley

furniture center ahora mueblería dico. Pabellón reforma cuenta con bares; además de estar ubicado en una zona cercana al centro de gobierno habla de su planeación, este se encuentra junto con otros proyectos cercanos.

Tabla 3.3 Población que atiende Pabellón Reforma

Colonias	Poblacion
Las Pilas- Matanza-Angel Flores	2394
San Juan- Hacienda de la Flor	1878
Centro	790
Centro-Casablanca	1653
El jito	3403
Tiro al Blanco	1327
Villa de Seris	4229
Las Palmas	1115
Centenario	887
Praderas-Rio Grande- Mónaco	7334
Las Villas- Francisco Eusebio Kino- Isssteson	3100
Sor Juana Ines de La Cruz	2461
San Ángel	2584
Nacameri-Pima	1876
El Apache	4024
total	39055



Figura 3.6 Ubicación Pabellón Reforma Avenida cultura y Reforma. Fuente, ©2013 Google Earth. Escala indeterminada

FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010



Figura 3.7 Vista de Plaza Sendero Hermosillo

PLAZA SENDERO HERMOSILLO: Este tipo de centro comercial objeto de esta investigación es sinónimo de familia. Enfocado a la diversión y entretenimiento de las familias al sur de Hermosillo. Ubicado en una área de expansión en Hermosillo, iniciando operaciones en noviembre del 2006.

Tabla 3.4 Población que atiende Plaza Sendero Hermosillo



Figura 3.8 Ubicación de Plaza Sendero Periférico Oriente y Periférico Sur.

Fuente, ©2013 Google Earth. Escala indeterminada

Colonias	Poblacion total
Agualurca	2502
Gala	1877
Arboledas	1815
Nuevo Hermosillo	13236
Altares	7281
Rancho Grande	4128
Las Lomas	6584
Villa del Rey- Encinos	6865
Total	44078

FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010



Figura 3.9 Vista de Plaza Girasol

Fuente: Google street view

PLAZA GIRASOL:

Abre sus puertas en el 2004 La primera es su tipo en la ciudad, consolidado como un desarrollo comercial líder. Ubicada en el poniente de la ciudad, una de las zonas comerciales más importantes, se extiende en una superficie de 41,000 m² ofreciendo a sus visitantes una amplia variedad comercial con marcas reconocidas y franquicias nacionales e internacionales, si como seguridad las 24 horas

Tabla 3.5 Población que atiende Plaza Girasol

Colonias	Poblacion total
Pimentel	1606
Olivares	2513
Balderrama	6699
Choyal	2512
Las Torres	3307
Mirsoles	1526
Sonacer	2159
San Isidro	5104
Nuevo Sahuaro	4291
Sahuaro Municipal	2781
Alvaro Obregón	5053
Sahuaro	2507
Ramon Angel Talamante	4306
total	44364

FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010



Figura 3.10 Ubicación de Plaza Girasol entre boulevard solidaridad y Jose Carmelo. Fuente, ©2013 Google Earth. Escala indeterminada



Figura 3.13 Vista de City Center.

Fuente: Google Street view

Tabla 3.6 Población a la que sirve City center y Plaza Dila.

Colonias	Poblacion
Catalinas	4259
Mision del real	3117
Mision San Ignacio	2620
Los cuatro olivos- Sierra Vista-colinas	4259
Valle Santa Monica	2758
Loreto- La ventana- La Paloma- Sabinos	2124
Residencial Kino	2133
Prados de Bugambilia	2540
total	23810

FUENTE: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010

CITY CENTER: Centro comercial tipo vecinal de conveniencia al norte/norponiente de Hermosillo. Conocido como power mall y el desarrollador es Hines, uno de los fondos de inversión más grandes del mundo. Entre los proyectos que ha desarrollado este consorcio están los famosos Galleria de Dallas y la Galleria de Houston, entre otros. Claro, éstos últimos son más del estilo outlet mientras que el CityCenter será enfocado más en el comercio de conveniencia.



Figura 3.14 Ubicación de Plaza City Center en Boulevard Morelos y Congreso Zona Militar. Fuente, ©2013 Google Earth. Escala indeterminada



Figura 3.15 Vista de Galerías mall, Fuente: Google street view, 2013.

GALERÍAS MALL: Es uno de los centros comerciales que más se parece a plaza sendero, por algunas de las tiendas que tiene, dentro de su descripción está: es una muestra de lo que la moda en Hermosillo siempre debió ser. Una exposición que revelará los secretos de lo que realmente significa entretenimiento. Tenemos el honor de presentar un homenaje, un tributo al buen gusto. En su eslogan está la frase: "El buen gusto es un arte."



Figura 3.16 Ubicación de Galerías Mall Sonora entre Agustín de Vildosola y Av. Cultura .Fuente, ©2013 Google Earth. Escala indeterminada

En la plaza mencionada anteriormente denominada "mall" comparte con el pabellón reforma el tipo de centro comercial, ya que ambos son fashion mall, y fueron los siguientes en aparecer después de Plaza Sendero.

Espacios relativamente recientes, La Plaza comercial con el tiempo es Plaza Ley Sahuaro en 1988 que concentra distintos tipos de comercio. Cada centro comercial tiene un distinto tipo de público. Los espacios tienden a remarcar diferencias sociales por los productos que ofrecen no son accesibles para todos los consumidores. Por ejemplo en Galerías Mall hay una tienda especializada en productos Apple. Ofrecen notebooks y laptops de esta marca de un alto costo y no son disponibles para todos los bolsillos. Este centro comercial no cuenta con una tienda de autoservicio ancla, como Plaza Sendero, la tienda Sears roebuck es la más grande del lugar. Para la actividad lúdica frente a Galerías un casino. Dentro de Galerías mall Hermosillo hay un restaurante Comicx, franquicia en ciertos puntos de la ciudad que hace uso de recursos con temática de superhéroes y así como menciona García (2004) nos habla de una tematización del espacio. Una hiperrealidad y simulación en un espacio de superhéroes.

El centro comercial es en las ciudades modernas un elemento característico de la modernización y la globalización que permea en la actualidad. Como se planteó en capítulos anteriores, haciendo que la ciudad se vuelva atractiva y rentable a los negocios. Una ciudad que cuenta con infraestructuras y las nuevas catedrales de modernidad, Hará que cambien los tipos y usos de suelo de las ciudades. La ciudad se ha vuelto vendible y comercial, influenciada por el bombardeo mediático en el que se ofrecen ofertas, programas y espacios dentro de ella.

3.4 Artefactos de globalización

Dentro de la panorámica urbana que tenemos en la actualidad, los centros comerciales han ido apareciendo uno tras otro en los diversos centros urbanos generados. Por ser esa es la tendencia de la modernidad y de la imagen de ciudad remitida a un ámbito global. En Hermosillo esta modernización empieza a partir de la creación del parque industrial en los años ochenta del siglo XX ubicado en el área sur de la ciudad, área de estudio de esta investigación. La creación de este lugar, las obras de infraestructura urbana así como las colonias cercanas a este, son parte de las estrategias que el gobierno y las inmobiliarias realizaron a lo largo de los más de 20 años que tiene el parque industrial.

Debido al desarrollo industrial que atrajo el establecimiento de Ford en Hermosillo a mediados de los 80's, la cual demandó de una infraestructura por la aparición de industrias y proveedores. Igualmente el aumento de las PyMes, que obligaron a los gobiernos estatal y federal a otorgar a este punto de la ciudad los recursos necesarios para modernizar y construir carreteras y accesos. La dinámica industrial implica grandes movimientos de productos, mercancías y personas requería de mayor infraestructura para que el proyecto de parque industrial fuera exitoso. Con esto vendrían miles de empleos, se crearon una serie de fraccionamientos en esa área cercana al parque industrial. La colonia Nuevo Hermosillo fue la primera en aparecer como la más próxima al parque, a fines de los ochenta. Actualmente con una buena población económicamente activa, la población masculina y parte de la femenina labora dentro de la planta Ford o de maquilas del parque cercano. Parte de estos trabajadores tienen un tiempo mayor laborando en la planta y cuentan con una vivienda dentro de las colonias circunvecinas. El área de parque industrial del sur de Hermosillo, tiene apogeo a fines de los ochenta y principios de los noventa, con un prometedor futuro. Dentro de la Colonia Nuevo Hermosillo se ubican fraccionamientos como Chulavista, Terranova, Carretas. Las cercanas son Cuauhtémoc, Las Lomas y Altares. Se menciona esto para ver el porqué del crecimiento de esta área de la

ciudad, sus cambios poblacionales y el empuje que el área sur de Hermosillo ha tenido en los últimos 10 años aproximadamente.

Conforme a lo mencionado por Velazquez y Grijalva (2000) La posición de Sonora es estratégica en la geografía del mercado estadounidense y los encargados de Ford lo sabían, al instalarse en una zona con un atraso industrial, que al paso del tiempo, impulsaría el desarrollo de la región , mejorando no solo en la industria si no en todos los aspectos, al contar con una mejora en la red de servicios como agua potable, electrificación entre otros.

3.5 Expresiones de modernización.

Hermosillo la ciudad, que tiene como antecedente un predominio agrícola y ganadero, hecho que indujo la transformación urbana aunadas a las políticas de estado que favorecieron la industrialización a través de maquiladoras y plantas industriales, las modificaciones dadas actualmente tienen más relación con los cambios y auge de los sectores comerciales, de recreación, en general todo el sector de servicios. La transformación de la ciudad es la respuesta a el cambio e innovación del sector servicios así como del comercio en la ciudad, por consiguiente la aparición de nuevos espacios destinados al esparcimiento como son: restaurantes, bares etcétera; por esto el sector servicios es el más importante, por ser el más favorecedor al atraer el capital exterior además del capital local. Uno de los primeros centros comerciales o departamentales fue Mazón, ahora Liverpool. Esta una de las expresiones de modernidad y de atención en su tiempo, siendo el segundo no local y suple el lugar en el que se situaba Mazón bulevar. Dentro de esta temática de cambios y expresiones de modernidad Existe un megaproyecto que sirve como antecedente de modernización y movimiento en Hermosillo. Este es el vado del río, en el cual se cerró una parte de la ciudad, cercana al centro y arteria de la ciudad. Para el movimiento de aquellos que usan los espacios del centro de Gobierno, Hospitales y centros comerciales vecinos. El propósito principal fue agilizar y reunir en un solo lugar las dependencias y recursos del Estado.

A los cambios en la infraestructura urbana y negocios en general, llamaremos expresiones de modernización, vistas a lo largo de los años y más reciente en los años noventa. Por medio de las obras de la ciudad, volviéndola una ciudad eficiente, rápida que responde a las características deseables del ciudadano al recorrer la ciudad. Genera cierta competitividad con otras ciudades del país, lo que le merece que se encuentre dentro del ranking de las diez ciudades, según un estudio del Gabinete de comunicación estratégica. 2013.

Figura 3.16 Ranking de Ciudades de México, 2013



En torno a la competitividad de la ciudad se encargaran los sectores estatales y municipales. Que se encargara de las estrategias para privilegiar políticas neoliberales y provocar la atención de los habitantes de la ciudad y de otros nacionales o internacionales. Tendrá como resultado el favorecer inversiones que generen la movilidad de capitales. Un dar y recibir generado entre el gobierno y empresas con inversión público-privada. Generan la sinergia de productos, servicios. Atrayendo un cierto valor a la actividad, los gobiernos responden con estrategias que favorecen las actividades. Usando los medios con los que el Estado y el municipio cuenta, esto se reduce a un Estado diferenciador y excluyente por las transformaciones espaciales y materiales dadas en los años 90's que hace que se vuelvan a producir esas tendencias en

el crecimiento de la forma urbana: cambios en las vialidades, la constitución de franjas de la ciudad en el que se concentra el desarrollo comercial; que implica que las zonas aumenten su valor comercial y detonen el desarrollo económico de la ciudad. Negocios dentro del bulevar Morelos en Hermosillo ejemplifican esto, sin embargo estos no se han extendido al resto de la ciudad.

“La renovación de la imagen urbana ha sido impulsada por las políticas estatales y municipales de mejoramiento urbano para servir de detonantes de desarrollo comercial y financiero. Renovación que se caracteriza por una visión pensada exclusivamente para el automóvil, con el fin de establecer conexiones funcionales ya accesibles y articular franjas desarrolladas en un sentido parecido a las ciudades norteamericanas; pero es una lógica modernizadora desajustada al resto de los sectores de la ciudad. De esa manera, la renovación de la infraestructura viaria también se constituye en expresión de la diferenciación y exclusión social que caracteriza a la dinámica de transformación espacial y material producida por la modernización urbana.” (Enriquez, 2002;93)

Como punto de referencia se toman a los años noventa, debido a que en esta etapa aparecen diversos proyectos que buscaban el éxito. Tiendas o megatiendas en donde son similares en las características de estos espacios, sean franquicias u otros. Por ejemplo las megatiendas que son más características de Estados Unidos: Costco, Sams club, Walmart entre otros. En el que se hace una combinación de imágenes en donde confluye lo local con lo global o Glocal. Refiriendo a un espacio o una edificación con arquitectura extranjera con detalles locales. Un modelo en el que se resume lo exterior traído a lo local. Y para el centro comercial lo local son las tiendas propias de habitantes de Hermosillo pero en la cual se muestra y se vende lo global (modas, tendencias, tonos, colores y formas) el concepto de Glocal es sumamente diverso y puede aplicar a la mayoría de las cosas vistas en esta modernidad, en la cual una de sus características es su liquidez.

Estas modificaciones de la ciudad son lugares de gran influencia en el sentido comercial. (García, 2004; 84)

Por ser la representación del modelo económico en el que vivimos donde los servicios y lo que ofrecen. Nos hablan de la globalización comercial, el centro comercial por ser espacio cerrado, caracteriza el rediseño de la trama urbana, por ser novedades modernas con una arquitectura determinada e incluso cambia la funcionalidad y desarrolla versiones de ciudades, al reunir la plataforma de consumo y servicios.

3.6 Espacio público vs. Espacio privado.

Espacio público es aquel que cualquier persona tiene derecho de usar o circular, de propiedad, uso y dominio público. Se caracteriza por su accesibilidad que le hace ser un elemento entre lo legal y su uso. Dentro de las ciudades los espacios públicos son aquellos a los que les falta la atención de la ciudadanía. Contrario a lo que pasa con los espacios privados que se definen como aquel del cual se tiene dominio por medio de la propiedad, y puede componerse por el espacio individual, en donde se encuentra la intimidad y en donde el acceso es limitado. Los espacios están en manos de los poderes, cuyas acciones han cambiado en los últimos años. En el que todo puede ser visto como empresa, y el gobierno al ser el administrador de los bienes y recursos públicos, resuelve los varios problemas que pudieran suceder. En torno a esto López (2003) afirma lo siguiente: "En cuanto al gobierno urbano, éste pasa de un esquema moderno – en el cual se ocupa de ser administrador y distribuidor de los recursos para propósitos sociales, así como proveer los servicios esenciales con recursos públicos – a un esquema posmoderno con una visión más empresarial, que utiliza los recursos para atraer al capital móvil, el internacional y la inversión." (López Levi, 2003;115)

De entre las cualidades que distinguen al espacio público son su accesibilidad y legibilidad. Su consumo le otorga la categoría de lugar, dentro de este se puede experimentar lo que es una ciudad. Como el lugar en el que se puede dar la identidad, un espacio con historia.

Las reuniones, consumo visual y económico se conjuntan en el centro comercial; cuenta con gran influencia por el uso de medios, marketing y eventos que se dan dentro de un lugar como este. Atraen la atención de sus consumidores por medio de eventos, presentaciones de grupos y firmas de autógrafos. Han hecho de la plaza comercial una representación del modelo de mercado actual y expresión creciente del fenómeno de la globalización en el comercio. Al conjugar el consumo material con parte de consumo cultural al hacer un uso del tiempo libre para eventos y de cierta forma se privatiza.

Contrario a los espacios públicos enfocados al consumo cultural de la ciudad de Hermosillo. En distintas fechas se realizan exposiciones, presentaciones musicales y grandes eventos los cuales tienen sede en el área de catedral. Se ofrecen distintos productos de consumo: comida, botanas etc. La fecha del año en la que hay mayor consumo cultural es el marco de las fiestas del Pitic. Se celebra el aniversario de la ciudad de Hermosillo, ofreciendo espectáculos y eventos enfocados al disfrute de las familias Hermosillenses. Con varias ubicaciones, se presentan artistas de renombre, un foro para jóvenes, en donde, además de la música se presentan otros eventos, como por ejemplo la exposición de artesanías, entre otros.

Durante las Fiestas del Pitic la ciudad genera mayores espacios. Por la necesidad de recreación de su gente haciendo que la ciudad se consolide culturalmente. Es importante porque viene a llenar un vacío que los espacios comerciales no llenan, por tratarse de espacios dedicados a la actividad comercial. Al tener condiciones, reglamentaciones y ser un espacio controlado y privado. Me atrevo a decir, se está convirtiendo en supresor del centro de la ciudad como se mencionó en el capítulo anterior.

“La ciudad debería poseer diferentes mecanismos que intenten eliminar la desigualdad socio-espacial y, en este sentido, constituye un sistema de espacios públicos como lugar de expresión de la fiesta, pero también de la protesta y de la mezcla social.” (Muxi, 2009;91).

Las actividades de esparcimiento de los mexicanos y en particular los espacios se han desplazado a espacios cerrados, antes abiertos. Lugares que van cambiando de carácter, como menciona López (2003) la calle no es escenario de juegos infantiles ni campo de pelota en la misma medida en lo que era años pasados, las nuevas generaciones se han ido encerrando y los espacios públicos van quedando vacíos. El espacio urbano se va segregando y va diferenciando al tipo de personas que acude a ciertos lugares, de los que van a otros.

“La gente ya no va a surtirse de mercancías al centro, a menos que busque algo muy especializado o que sea mayorista; los ciudadanos pasean menos por los parques y la segregación social se hace más evidente en diversos espacios urbanos. A partir de lo anterior, el viejo centro permanece, pero sus funciones se reestructuran hacia un comercio más especializado dentro de la economía global, mientras las otras funciones se desplazan hacia la red de minicentros desconcentrados” (Gottdiener, 1995;82)

De tener un lugar determinado para esparcimiento y actividades lúdicas. A comparación del centro comercial, el espacio público está perdiendo el peso que tenía. De ser un lugar en el que la gente iba y se divertía, consumía y se iba a estar vacío o visitado no con la frecuencia de antes. Esto ocasiona que impacte de forma negativa el espacio, disgustando a quienes pasan por dichos lugares. Al constituir uno de los elementos claves para la patrimonialización afectiva de la ciudad.

De acuerdo a Corraliza la patrimonialización de la ciudad (2009) es la capacidad de generar vínculos afectivos con la urbe. Si no se utilizan los espacios de la ciudad, ira perdiendo la capacidad de generar una actividad

simbólica. Del mismo modo se compone de varios escenarios en los que el habitante representa su vida personal y social en torno a espacios públicos, Por medio de ellos se hace ciudad, los cuales deben ser tomados en cuenta por las administraciones futuras, por la propensión de la población a seguir las dinámicas globales de consumo y su conservación de ellos dependerá de los gobiernos.

“Plazas que se conforman por locales comerciales, que se reúnen en uno o varios edificios. Que se administran como una unidad operativa y se aíslan del entorno urbano de alrededor. Con un ambiente que de acuerdo a lo mencionado anteriormente es hiperreal ya que manipula los sentidos y la razón para lograr un mayor consumo de los que visitan el lugar y se reditúe en una ganancia mayor para los propietarios.” (López Levi, 1999;74)

La Plaza comercial está tipificada como espacio privado de uso público, lo público está en la esencia de lo urbano, históricamente como el centro de encuentro e intercambio promueve la participación de sus ciudadanos en cuestiones de comunidad, sin estos espacios no tendría los lazos necesarios para ver como suya la ciudad. La popularidad del centro comercial se traduce en su comodidad y funcionalidad.

Por presentarse como una edificación que imita a una calle con tiendas a los lados, avenidas y bulevares. En donde los comercios se encuentran, lugar con bancas, faroles y carretas, islas. Al no tratarse de una calle estriba su competitividad. Sus aromas, la gente y su caminar. El centro comercial no es de ámbito público por ser un lugar cerrado y contar con ciertas características como el aire acondicionado, colores neutros, música tranquila, que agradan al habitante de Hermosillo. Dentro de las Plazas se ha constituido la idealización de la calle; uno es el exterior en la que el sol, el calor el tráfico, contaminación y la inseguridad vuelven el recorrido por las calles un andar tedioso, en el que la ciudadanía hace uso de los recursos, como andar en automóvil, sombrillas y ropa cómoda, para salir a recorrer lo que bien se ha definido como la Ciudad del Sol, Hermosillo.

El incremento de la popularidad en las ciudades de los centros comerciales se distingue por la magnitud de la injerencia espacial representada en las grandes inversiones económicas en el contorno urbano. De carácter modernizador orientada a la expansión de funciones comerciales. Recrea elementos activos en el desarrollo social y económico de los consumidores y de la sociedad. Al regionalizarse los modelos de centro comercial, quizás no con dimensiones monumentales como los de Estados Unidos, pero sí de importancia para el ámbito comercial de la ciudad, Un espacio que mercantiliza el tiempo por medio del medio ambiente recreado en la imagen urbana. Al desplazarse la industria moderna en áreas particulares, junto con la tercerización de la economía.

La distribución de la ciudad actual tiene más que ver con la cantidad de servicios comerciales, que prometen condiciones favorables en el ámbito de consumo. Se crean y reestructuran vialidades para el uso y movilidad alrededor de estos, siendo una ventaja al momento de acudir a estos espacios. Hermosillo se ha ido llenando de pequeños centros, que conjuntan en lugar y arquitectura los modelos globales físicos y de consumo. Se tipifican de acuerdo a la población a la que se dirigen. Formando parte de la imagen y habitus de quienes los visitan, del progreso social y económico de la modernización, resultado de los cambios económicos en el sector industrial y resulta en un sistema de servicios grande y variado.

Coexistimos con los fenómenos de globalización en la ciudad, las variadas formas de vida e intereses que se resumen a la necesidad de consumo. Se plantea el crecimiento del sector servicios al progresar la ciudad en sus distintos puntos, asociado a la infraestructura generada por el aumento de vehículos, puentes y señalamientos en una red que aglomera la industria automotriz y un creciente sector de servicios. La buena localización de empresas del sector terciario, al haber una correlación entre el volumen de población y la localización de empresas. La ciudad industrial es factor para la productividad y la actividad terciaria se ubicará para aprovechar la economía de posición que le permitirá relacionarse con los mercados regionales.

Capítulo 4

Relación de la expansión e industrialización de la Ciudad con los Centros comerciales.

Por relación del crecimiento y expansión de la ciudad con la aparición y auge de los centros y plazas comerciales quiero referir a la influencia del sector industrial y de servicios, para el sector industrial se tendrá de base el sector automotriz de Ford Motor Co. Que Junto con su red de distribuidores han generado una sinergia económica importante para toda la ciudad de Hermosillo que la relacionaremos con la expansión de la misma. El rol de la ciudad al ser especializada también en el sector servicios. (Capítulo III) las transformaciones tecnológicas y sociales que vienen al tratarse de una ciudad industrial y de servicios, y al ser estas actividades las dominantes a la fecha, responderán con procesos transformadores dentro de la lógica de necesidad de la sociedad y de sectores económicos. A nivel global, la industria automotriz es propulsor para el desarrollo de otros sectores de alto valor agregado. En México no es la excepción, la industria automotriz se considera sector estratégico, su participación en las exportaciones la coloca como la más importante, superando al sector petrolero. Esta industria se ha establecido como precursora de la competitividad en las regiones donde se ha establecido, lo que se ha traducido en empleos más calificados y mejor remunerados, y mayor desarrollo del capital humano. Además ha generado una importante derrama de capacidades tecnológicas que encuentran aplicación en otros sectores, como son el eléctrico, electrónico y aeroespacial y que, a su vez, han propiciado la generación de cuadros técnicos especializados.

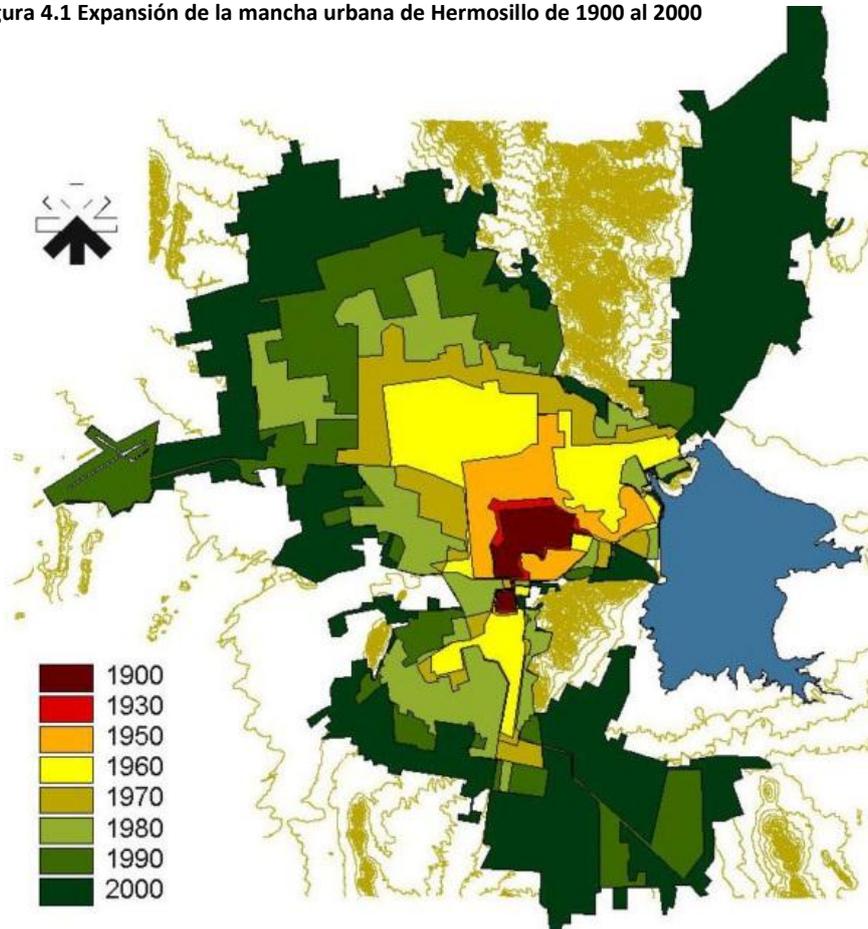
Al hablar de expansión de la ciudad nos referiremos al crecimiento de la mancha urbana y la población. Se hará una descripción de las características de Hermosillo como ciudad especializada. De cómo leemos la ciudad reconfigurada por los cambios dados como consecuencia de la modernización que vive Hermosillo recientemente y ver sus expresiones. Lo que le significa esta carga de modernidad, especialización y crecimiento. Que se verá alrededor del presente capítulo. Al estar inmersos en la ciudad hay que estar conscientes que Hermosillo se ha convertido en un lugar apropiado para empresas como Ford Motor Co. cuyo funcionamiento ha permeado el área sur de la ciudad, comenzando el año 2004 en adelante, cuando el proyecto Futura toma lugar. Esta expansión tuvo como base de lanzamiento del modelo futura. Y representó la nueva generación de los sistemas de manufactura flexible de Ford. A partir de esto se integró una red mayor de proveedores que generaron más empleos y atrajo inversiones en Hermosillo y su sector sur, que represento toda una movilización y un sistema económico favorecedor con miras a futuro. Lo que la hará consumible, Hermosillo una ciudad moderna.

4.1 Crecimiento de la mancha urbana de Hermosillo

Es a lo largo del siglo XX cuando en la ciudad se presentaron cambios importantes que lo volvieron punto básico para el comercio, dados los movimientos geopolíticos y estructurales que dieron paso al desarrollo. Recursos como redes de ferrocarril, teléfono, agua y luz, originaron un crecimiento de la mancha urbana hermosillense. Por crecimiento de población la volvió una de las más importantes del Estado, en abril de 1879 dejando a Ures por debajo. Hermosillo se integró al sistema urbano del país por encima de las demás ciudades en Sonora. Dándole su papel de capital del Estado; con el paso del tiempo las redes de servicios incrementaron la concentración de población, sufriendo cambios por las nuevas tecnologías, servicios, y el transporte. Los habitantes podían moverse dentro de la mancha urbana con

más facilidad, lo que derivó en asentamientos que no estaban planeados apropiadamente a futuro en distintos puntos de la ciudad.

Figura 4.1 Expansión de la mancha urbana de Hermosillo de 1900 al 2000



CRECIMIENTO DE LA CIUDAD

Fuente: Diagnostico urbano del centro de Hermosillo, Sonora.
IMPLAN 2007.

Los cambios son más notables en últimas décadas, donde uno de ellos es el conflicto vial en el punto centro-comercial de la ciudad. La construcción con muchas viviendas lineales, y pocos edificios elevados da por resultado un número considerable de viviendas. Parte de estos cambios ocasionados por la expansión de Ford

que entre sus resultados se encuentra una creciente migración, presionando a los órdenes públicos y de gobierno para atender la problemática. Llevando a término obras de infraestructura para darles solución a corto plazo. La ciudad experimenta un crecimiento acelerado de manera horizontal por su ubicación geográfica y su cercanía con Guaymas que lo hace accesible al comercio en el pacífico. Y al ser frontera hacia el norte de México es un punto adecuado. Estos factores hacen a la ciudad crecer y desarrollarse en el sector industrial influyendo en la demanda de vivienda en la zona conurbada de Hermosillo.

“El crecimiento de los hogares es fomentado por programas de vivienda de gobierno y empresas privadas, programas tales como: INFONAVIT, que ha trascendido a lo largo del tiempo. otros programas como: FONHAPO (Fondo Nacional de Habitaciones Populares), SEDESOL (Secretaria de Desarrollo Social) y demás más que han cristalizado localmente en programas denominados como Vivah (1998-2002), Tu Casa (2003) y Mi hogar Seguro (2005). En resumen todos ellos registraron 16 fraccionamientos en un total de 4,807 viviendas.”
Martínez (2005)

La ciudad cuenta con algunos edificios importantes de vivienda vertical, departamentos o casa habitación. Entre se encuentra el conjunto habitacional de la cuarta zona militar al noreste de la ciudad, con 12 torres complementadas con los demás servicios y áreas de esparcimiento necesarias. Otro ejemplo es el edificio FOVISSSTE, ubicado al sur poniente de la ciudad, donde la vida diaria del usuario es tan normal como la de cualquier otro que habita en fraccionamiento.

Hacia el sur de la ciudad se encuentra la colonia Nuevo Hermosillo, donde el tipo de vivienda es el denominado dúplex (subcapítulo 2.4) Colonia que a inicios de los años 80, prometía un avance en el desarrollo de la vivienda. Cambiando el tipo de disposición del espacio al que se venía utilizando en los años anteriores e insertando en la cultura del hermosillense una nueva forma de convivencia donde la interacción social es más constante. Esta colonia en particular tuvo un problema que no tiene nada que ver con la propuesta espacial, urbanística y arquitectónica. El problema lo ocasionó la mala dirección de obra, falta mano de obra calificada y materiales de pésima calidad. Este problema político y sociocultural queda fuera de la intención de la arquitectura, la cual como intención tuvo el solucionar un problema urbanístico y espacial en la ciudad, es preciso conocer las variantes que afectan y benefician a este tipo de proyectos.

Las relaciones sociales, los procesos interactivos, los canales de comunicación y las formas de identificación. El peso de los intereses creados entre individuos y grupos del conglomerado urbano son cambiantes y encuentran nuevas formas de manifestación y expresión que a su vez atienden a las condiciones socioeconómicas y culturales, Lo antepuesto obliga a establecer y reconocer los orígenes, manifestación y consecuencias de la problemática socio-urbana a partir de la idea de que para poder diseñar, actuar y avanzar. Es necesario conocer, aceptar e identificar la realidad específica.

De acuerdo al crecimiento poblacional en Hermosillo vienen una serie de cambios en la industria y negocios. Parte de la era modernizadora y de industrialización que ha vivido Hermosillo en los últimos 20 años. La economía se ha mantenido en un ritmo sostenido puesto que el PIB promedió 3 por ciento anual durante la década de los ochenta, pasando a 3.5 de 1990 al 2000. Sin embargo, los dos primeros años de este milenio no resultaron favorables, ya que en 2001 el PIB Estatal sólo se incrementó 0.8 por ciento respecto a 2000, y en 2002 tuvo una caída de 4.5 respecto al año anterior. Después de la recuperación económica de 2003 y 2004, creció 0.74 por ciento anual, entre 2000 y 2004.

Cuadro 4.1 Habitantes de Hermosillo de 1990 a 2010

Año Censal	1990	1995	2005	2010
Número de Habitantes en Hermosillo	448,966	559,154	701,838	784,342

Fuente: Inegi, Población total por Entidad y municipio, según año censal, 2013.

Como consecuencia se trajo un crecimiento acelerado de las regiones, particularmente de Hermosillo y se dieron cambios, esto referido al declive y preferencia de los sectores económicos al paso del tiempo, ya que a partir de los setenta se dio un cambio estructural en la actividad que venía en descenso que por 30 años fue el eje central de la economía en Sonora y a partir de esta, la economía del estado se organizó. A partir de este hecho despuntaron nuevas

actividades como la manufactura y servicios en un contexto global, dando paso a una especialización económica del municipio y el Estado, conforme a los movimientos nacionales y globales, y no solo en el Estado de Sonora si no que en todos los estados de México; son "especialistas" en distintos sectores económicos. En Sonora, el sector industria se especializó en el ramo automotriz y de servicios. la aparición de espacios como el centro comercial se explica por la necesidad de la población al crecer y requerir de un mayor número de satisfactores. Los sectores más favorecidos en Sonora son el secundario y hasta hace algún tiempo el terciario que ha crecido de una manera rápida. Hermosillo es muy diverso y se encuentra de todo.

En esta dinámica de crecimiento de los sectores económicos de Hermosillo y de Sonora se prevé un crecimiento poblacional hasta el año 2030, de acuerdo al IMPLAN como se

muestra en la siguiente tabla: En el año 2000 se tuvo una población de 545,928 habitantes, con una proyección para el 2020 de 916,825 habitantes, creciendo la densidad de población por habitantes por hectárea en 2010, 48.05 habitantes x hectárea y pa

Cuadro 4.2 Expansión de Hermosillo de 1900 a 2030

AÑO	SUPERFICIE	POBLACION	DENSIDAD
	(Hectáreas)	(Habitantes)	(hab/Ha.)
1900	107.24960	10,613	98.96
1930	198.88146	19,959	100.36
1950	906.76112	43,516	47.99
1960	2,544.67105	95,978	37.72
1970	2,995.45063	176,596	58.95
1980	4,383.70809	297,175	67.79
1990	8,691.02604	406,417	46.76
2000	13,991.60720	545,928	39.02
2010	16,500.94987	792,834	48.05
2020	19,460.33380	916,825	47.11
2030	22,950.47222	1,006,599	43.86

Fuente: Diagnóstico del centro de la ciudad de Hermosillo (2007). Plan de desarrollo urbano. IMPLAN.

Con una expansión de la superficie urbana y según el modelo de vivienda actual predominante, los hogares se ubicaran más hacia la periferia de la ciudad. La periurbanización será un impacto negativo al requerir de servicios, que trae problemas infraestructurales, que deberán tener solución por parte del estado, al ser este facilitador y gestor de los cambios socioeconómicos de la ciudad.



4.2 Legibilidad e Imagen de la ciudad

Al referirnos a legibilidad esta es la expresión en la que reconocemos a la ciudad y la organización del paisaje urbano. En este apartado se observará la relación del crecimiento de Hermosillo, el auge de los centros comerciales y la infraestructura de Hermosillo. Para orientarnos en la ciudad, uno de los vínculos importantes es la imagen ambiental, que de acuerdo a (Lynch, 2004;) es la representación del mundo físico exterior que posee un individuo producto de la sensación inmediata y del recuerdo de experiencias anteriores se la utiliza para interpretar la información y orientar la acción. Esto nos habla de lo que hemos visto en la ciudad nos prepara para lo que viene. La serie de transformaciones en el ambiente urbano nos hace reconocer y estructurar nuestro entorno. La imagen permite al habitante desplazarse con facilidad. Ciertos puntos y direcciones actúan como marco de referencia formando parte del imaginario que tiene el habitante en la ciudad. Los espacios urbanos se vuelven diarios en el escenario físico de la ciudad, junto a la infraestructura tiene Hermosillo, Sonora. Con puentes, distribuidores, carreteras etc. denominadas sendas, definidas como elementos urbanos predominantes. Cuya importancia varía de acuerdo al grado de familiaridad con la ciudad. Bulevares y calles principales pueden concentrar un uso o actividad especial. Identificamos y nos relacionamos dentro de este medio ambiente natural, por nuestra necesidad de ubicación y lugares como plazas, distribuidores viales, avenidas nos ubican. Al ser la orientación o la ubicación parte esencial de la vida de libre movimiento. (Mapas y letreros de autobuses). Cualidades espaciales características eran capaces de fortalecer la imagen de sendas determinadas.

La importancia de saber dónde estamos se ha vuelto crucial, y lugares como las plazas e infraestructura hacen saber dónde estamos. Elementos vueltos tan parte de la ciudad como monumentos, museos y plazas públicas. Que identifican a la ciudad, la reconfiguran y atraen un turismo urbano. Las visitas a los lugares antes mencionados son casi obligadas. Como parte de esta nueva ola de consumo el observador ciudadano en su papel percibe a su mundo y participa en la elaboración de la imagen de este. Que le da una sensación de



Figura 4.2 Infraestructura al sur de Hermosillo. Fuente: Personal.

seguridad emotiva que como menciona Lynch (2004) en esta se puede establecer una relación de armonía entre él y el mundo exterior. Este es el extremo opuesto del miedo provocado por la desorientación. Significa que la sensación dulce del hogar es más fuerte cuando el hogar no es solo familiar sino que también es característico.



Figura 4.3 Distribuidor ubicado en Luis Encinas y Solidaridad. Fuente: Personal.



Figura 4.4 Distribuidor vial Morelos Fuente: Personal



Figura 4.5 Distribuidor Altares Fuente: Personal

Ahora, en las ciudades el sentido de ubicación es crucial por nuestra necesidad de saber dónde estamos y cómo llegar a un lugar determinado. La imagen tiene sentido con letreros, espacios, líneas de autobuses y edificios. Que no solo brindará seguridad sino que también realza la experiencia humana. Aunada a la cantidad de automóviles, el caos y gente que viene y va. Puede hacer que la misma acción de ir por la ciudad tenga un nuevo significado, como símbolo de una sociedad compleja, que si es bien planteada puede visualmente tener una representación expresiva. El crecimiento de las ciudades ha sido objeto de estudio de urbanistas pero es el fenómeno de los centros comerciales que ha tenido especial lugar en el fenómeno urbano. Digno de ser estudiado en los últimos 20 años por su proliferación e impacto a las ciudades. Hermosillo ha dado lugar para que se concentren lugares que la población prefiere por características mencionadas en capítulos pasados; volviéndose un reflejo de espacios definidos, en los que la población se reconoce en este movimiento de globalización y al consumo de centros comerciales.

En los diferentes sectores de la ciudad pueden encontrarse y formar parte de la imagen de la ciudad. Del movimiento de automóviles, de capital, de las aglomeraciones de personas, la comodidad y del espacio cerrado. En este tiempo globalizador la pauta general da cuenta de la tendencia a la fragmentación de la ciudad, que viene a asolar el entorno, cuya característica principal es la



dispersión y un crecimiento difuso. Que se basa en la pérdida de control público sobre la actividad urbana y la impetuosa huella de la maquinaria inmobiliaria, la ciudad se engendra mezclando gestión y mantenimiento privados. Planes que cuyas

Figura 4.6 Distribuidor Periférico Sur. Fuente: Personal

características son la exacerbación del límite y una tendencia al encierro (Levi, Méndez y Rodríguez, 2006; 103-105).

4.3 Especialización de la Ciudad de Hermosillo.

Al hablar de una especialización

de la ciudad, se le relaciona al tipo de actividad predominante. Donde hay una mayor inversión, empleos y movimiento en general. Hermosillo es una ciudad especializada en la industria y comercio. Tiene un lugar a nivel mundial ya que México produce mayor cantidad de automóviles que España e Italia, y Hermosillo al ser sede de la planta de ensamble de

Ford responde a la lógica que se vincula a la necesidad o el plan de la empresa, al exportar automóviles a Estados Unidos. Ford y sus proveedores han levantado a Hermosillo económicamente por emplear a buena parte de la población de la ciudad.

Dado el declive y preferencia de los distintos sectores económicos en Sonora al paso del tiempo, a partir de los años setenta se dio un cambio estructural, para referirse a la actividad primaria, esta constituyó por más de 30 años el eje central de la economía en Sonora y fue a partir de esta actividad que la economía en el estado se organizó. A partir de este hecho se despuntaron nuevas actividades como la manufactura y servicios en un contexto global y dar paso a una especialización económica en el municipio y el Estado, conforme a los movimientos nacionales y globales. Y no solo es el Estado de Sonora si no todos los estados en México son "especialistas" en

Figura 4.7 Especialización sectorial de México.



Fuente: *Región y Sociedad / vol. xix / número especial. 2007, Especialización económica en Sonora. Características y retos al inicio del nuevo milenio* Lara, Velásquez, Rodríguez, El Colegio de Sonora, Pag. 34.

distintos sectores económicos, Sonora es especialista en los sectores primario y secundario que son los recursos primarios y la industria de transformación (maquiladoras).

Hermosillo se muestra al exterior, con esto me refiero a Países y empresas que buscan invertir. Al proyectarse como ciudad industrial y de servicios e industrial. Del impacto directo causado, que se refleja en la dependencia de la población hacia estos sectores. Una de las desventajas de ser una ciudad “profesionalizada”, donde no se proyectan espacios y áreas complementarias, es que tendrá una carga de servicios a la ciudad. Predispone a una posible crisis económica cuando determinado sector deje de realizarse. El caso de trabajadores de empresas de ensamble Ford y maquiladoras, corren el riesgo de vivir una crisis parecida a aquella dada en los noventa en Hermosillo cuando se afectó el sector industrial. Uno de los puntos negativos en la creación de empresas por darse intercambios energéticos, en donde el gobierno tiene participación directa al otorgar y dar facilidad de terrenos en tamaño y ubicación. Es necesario dotar de

Cuadro 4.3 Población ocupada en los sectores económicos en Sonora

Sector de Actividad	Hermosillo		Hermosillo % del Estatal
	Número	%	
Población Ocupada	340,574	100.0	28.3
Sector Primario¹	4,235	1.2	3.0
Sector Industrial	91,072	26.7	28.0
Industria Extractiva y de la Electricidad	5,817	1.7	21.0
Industrias Manufactureras	53,171	15.6	26.1
Construcción	32,044	9.4	34.3
Sector Servicios	243,205	71.4	33.8
Comercio	73,785	21.6	31.7
Restaurantes y servicios de alojamiento	20,378	5.9	28.5
Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	12,419	3.6	32.7
Servicios profesionales, financieros y corporativos	36,759	10.7	45.4
Servicios sociales	32,444	9.4	30.7
Servicios diversos	46,039	13.5	35.9
Gobierno y organismos internacionales	21,761	6.3	34.7
No especificado	2,062	0.6	10.8

1/ Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y caza

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. II Trimestre del 2012, ENOE

recursos materiales (infraestructura)

para que empresas mantengan funciones, como se indicó en el capítulo anterior. Resultado de la transformación, consumo de bienes y servicios logrando un proceso de urbanización. Que genera un impacto cultural, resultando en cambios de hábitos de consumo y una alienación de los habitantes de su entorno natural. Logrando reconfigurar la imagen que el ciudadano tiene de la ciudad. Traduciéndose en nuevas

manifestaciones de modernización, que nos habla de la legibilidad de la ciudad.

Cuenta y hace cambio en su infraestructura para darle una mayor comodidad al habitante, generándose una nueva economía de ciudad.

La intención de las inversiones de subsidiarias de Ford Motor Co. y los programas de expansión de esta empresa es consolidar a Hermosillo como su principal centro de responsabilidad regional, con intenciones de fortificar los encadenamientos productivos regionales en el norte de México. Implicó aprovechar las ventajas logísticas que derivan de su relación con proveedores de primera línea, afianzando redes de cooperación y lograr un justo a tiempo superior o cercano a 60 por ciento, que representa los contenidos de integración regional mínimos obligatorios en América del norte. Aquí nos referimos a Ford Motor Co. Hermosillo, empresa de origen Norteamericano.

Según Brito (2003) tuvo como incentivos para la reestructuración y relocalización de actividades productivas de este sector fuera de Estados Unidos, fabricantes que consideraron viable disminuir costos en unos ocho mil millones de dólares, reubicando algunos procesos de negocios a lugares de bajo costo en el extranjero, ahorrando al referirnos a terrenos y oficinas, mano de obra e infraestructura.

“Son muchos los rasgos a partir de los cuales se puede caracterizar una ciudad, uno de ellos es su base económica, a través de ella la ciudad se integra al sistema y se determina la forma en que presenta la integración de los centros urbanos. El análisis de la especialización funcional permite identificar patrones espaciales en la distribución y estructura de las funciones urbanas.” (Aguilar y Vázquez, 2000;88).

Hermosillo tiene una base económica estable al ser competitiva a nivel productivo, por ello su especialización.

4.4 Infraestructura de la ciudad actual.



Fig 4.8 Distribuidor vial la Colorada. Fuente: Personal



Figura 4.9 Otra vista del distribuidor vial Fuente: Personal



Fig. 4.10 Modelo de parabus en Hermosillo, Fuente: Personal.



Fig. 4.11 Vista de Puente El Gallo Fuente: <http://olasonora.com/graphics/11894/PUENTE+GALLO.jpg>

Se pueden observar en imágenes anteriores el modelo de parabus. este predomina alrededor de Hermosillo, mostrando publicidad al Sur de la ciudad de Hermosillo las rutas de transporte son variadas, Por ejemplo en la parada de autobús ubicada afuera de plaza sendero por la carretera a Sahuaripa las líneas 4 y 2 hacen su parada y recorren toda la ciudad, al estar ubicadas muy convenientemente afuera de los centros comerciales, es lo que los hace fáciles de llegar, por su acceso y la movilidad que le dan las vialidades y el transporte



Fig. 4.12 Vista Paso a desnivel El gallo Fuente: <http://img29.imageshack.us/img29/3734/17999431869498487875329.jpg>

público que tiene que ver con la urbanización e industrialización en México y Sonora que de acuerdo al crecimiento que exista en la ciudad mayor cantidad de espacios como este se generaran.

Al haber una expansión de la mancha urbana mayor será su población, al ser más dispersa y al ubicarse hacia la periferia de manera heterogénea.

“ Favorecido por una red de infraestructura vial creada por el predominio del sector servicios; mercado que ha organizado la ciudad sin soluciones de continuidad espacial o material para resaltar la individualidad del medio construido, por tanto las edificaciones se constituyen por si solas en referentes de lo moderno, aunque las distancias entre los espacios se ensanchen, la ciudad crezca horizontalmente y la especulación del suelo urbano se expanda, especulación manifestada en las extensas zonas baldías existentes en los espacios construidos.” (Enríquez, 2002;96)

Las áreas que han estado desocupadas o que tenían un uso distinto, son ocupadas por nuevos espacios, que representan en forma el modelo global en el que se vive actualmente, y antes de los centros comerciales como los conocemos en Hermosillo le anteceden una serie de factores que favorecieron a Hermosillo y al área Sur que se mencionara en el presente capitulo, por darse una expansión de la mancha urbana y un crecimiento económico hacia esa área en la ciudad.

4. 5 Ford y su papel en la Industrialización y Modernización de

Hermosillo y del sur de la ciudad. (Sección basada en Contreras, Oscar (2008), Empresas

transnacionales, aprendizaje tecnológico y desarrollo local. Un estudio de caso en el noroeste de México.)

Al localizarse una sede de la empresa Ford Motor Co. En la ciudad o cualquier otra empresa, generara que la atención se centre en la actividad que realiza tal empresa, en este caso Ford se establece en 1986 en Hermosillo, en ese entonces fue la planta más moderna de País y de América Latina de todo este emporio automotriz. Esta temática es de interés socioterritorial porque la relación de la empresa no solo se limita al mero proceso económico sino a relaciones de poder que trascienden, como la dependencia económica y política a tal actividad, volviéndose centro de decisión.

En el caso de Ford Hermosillo contribuyo a una industrialización y metropolización de Hermosillo y del área sur, por participar directamente en potencializar el poder económico. El proyecto inicial fue establecer un nuevo modelo de auto mundial, cuyo objetivo era reducir las diferencias y alcanzar el nivel de las industrias japonesas. Su desarrollo tuvo un costo inicial de 500 millones de dólares para producir 130, 000 vehículos al año los cuales serían exportados a E.U y Canadá. El poder economico que se concentre en estos centros sera elemento para potencializar la accesibilidad en medios de transporte y comunicación, y se reflejará en cambios espaciales y de infraestructura.

Según Velazquez y Grijalva (2000) Tras la posición geográfica de Hermosillo cercanía con Estados Unidos recibió la atención de visionarios de Ford, al apostar en instalarse en una región con atrasos de infraestructura industrial. Lo que al paso de los años ha hecho de Hermosillo un hito económico, que mejora no solo en el aspecto industrial, si no que a toda el área de la ciudad, esto al contar con mejores carreteras, electrificación, agua potable y drenaje y toda la red de servicios a quienes indirectamente serían beneficiados.

Formando parte de los proveedores de primera y segunda línea de Ford, concentrando mayor cantidad de empleados Magna Sonora Forming con 1000 empleados, dedicada a la fabricación de la carrocería completa y piso del automóvil. Ford junto a toda su línea de proveedores ha generado empleo y mayor movilidad económica, con alrededor de 129 empresas. En 2005 se

Cuadro 4.4 Empleos directos e indirectos de Ford Motor Co. en Sonora

EMPLEOS GENERADOS POR LOS PROVEEDORES DE FORD EN SONORA

Grandes proveedores de primera y segunda línea	4,675
MPYMEs locales proveedoras de Ford y de sus grandes proveedores	4,800
Total	9,475

Fuente: Redes de producción Global y aprendizaje Local: el caso de Ford Hermosillo, México. Contreras, Carrillo y Lara.

renovaron operaciones de la planta de estampado y ensamble de la Ford Motor en Hermosillo, Sonora, Luego de una expansión y reorganización.

Fortaleció además la tendencia de las firmas para la regionalización

de sus productos obteniendo mejores resultados. Parte de esta especialización nos habla de la cantidad de empresas proveedoras que tienen alcance global, usando tecnologías y que tienen experiencia en el ramo automotriz. Del total de empresas identificadas, 37.8% se dedican a servicios técnicos especializados o a la fabricación de insumos y partes, mientras que el resto (62.2%) son empresas dedicadas a servicios indirectos a la producción como servicios de comedor, limpieza, vigilancia, recolección de basura, entre otros.

A continuación se enlistan las proveedoras de primera y segunda línea, cada una dedicada a diferentes autopartes para el ensamble de vehículos a Ford, de tal manera que en la planta Ford Motor Co. Se dan la actividad de ensamble, estampado y pintura, ahora bien, las proveedoras forman un papel muy importante con Ford, ya que estas se situaron por la presencia de la planta en la ciudad, y están ligadas en sus actividades. Y a que si alguna para actividades, el proceso se ralentiza o se detiene.

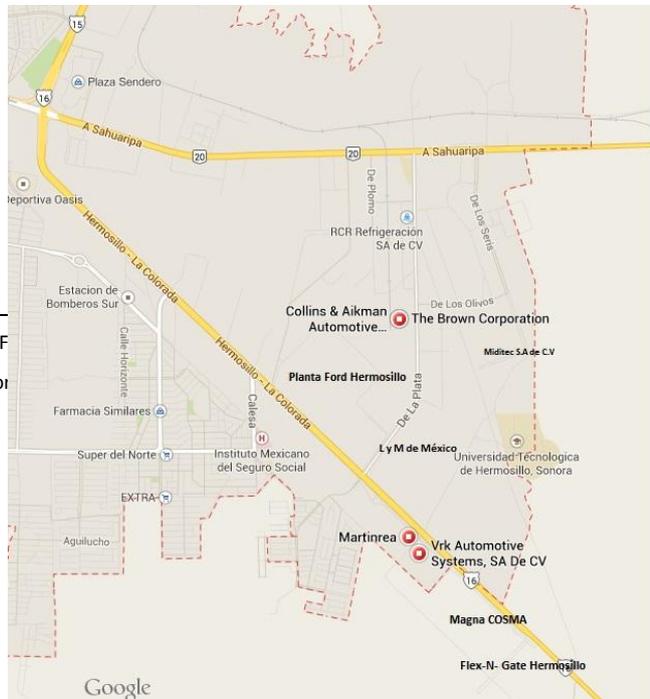
Cuadro 4.5 Empresas proveedoras de Ford en Sonora²

² Estudio sobre el Impacto de la Ford Motor Co. En Hermosillo, Sonora. Coord. Oscar F. Contreras, investigadores: Álvaro Bracamonte, Jorge Carrillo, Paula Isiordia, Roberto Jiménez, María de los Ángeles Navarrete, Luis Felipe Munguía, Jaime Olea, Luis

Proveedor	Inversión (mdd)	Número de trabajadores	Productos y servicios que proveen a Ford	Otras operaciones en México.
Magna Sonora Forming	250	1000	Carrocería completa (piso del auto, cofres, puertas, techos y cajuelas)	Puebla y Coahuila
Collins and Aikman	250	700	Tablero de instrumentos, consola, forros puertas, vestiduras plásticas, alfombras, tapetes, aislantes de ruido.	Saltillo y Queretaro
Faurecia Exhaust	16	280	Sistema de escape completo	
Grupo Antolín (Kiekert,	35	180	elevallunas, toldos	Silao, Queretaro
Martinrea	11	48	Tanque de gasolina, chasis chasis metálico, arnés interno del tanque.	Silao, Saltillo
Flex and Gate	13	200	Molduras de plástico, logotipos, parte de las defensas	
Hella Bher Plastic	0.6	40	Modulo Frontal (Radiador, ventilador, manguera de fusión, etc).	
Delphi - Carlisle	12.7	93	Sistemas de refrigeración, sistema de enfriamiento para el radiador y soporte de sujeción para radiador y sistema de enfriamiento automotriz	
Decoma International	3	60	Facia (defensa) y brackets	
National Material	n.d	30	acero en rollo	Monterrey
Seglo	2.8	103	Manejo de material	Edo. México,
TWB	n.d	37	Corte de hojas de metal para posterior estampado, soldaduras.	Ramos Arizpe,
Benteler de México S. A.	n.d	60	Suspensión, amortiguador y ejes	Silao, Mariscal
Lear Corporation de	100	800	asientos	
Autopartes de Precisión	n.d	530	Tubos de nylon, conectores de plástico, tapones de aceite	
Thyssenkrupp Budd	35	309	chasis completo	
Metokote	n.d	29	Pintan mofles, recubrimiento de ECoat	Monterrey
System Technologies	n.d	1	Arnés completo desde el tablero de	
Brown Corporation	n.d	60	Soporte del tablero (estructura	Saltillo
Ingeniería y Servicios Profesional de Sonora	n.d	115	Montaje de maquinaria de robots, tubería contra incendio, estructura, automatización y maquinado.	Chihuahua, Saltillo, Aguascalientes y Monterrey

Cada proveedora produce distintas partes en el ensamble de los automóviles como se muestra en la tabla anterior. Derivando los empleos del sector industrial en

Felipe Romero José Manuel Sánchez, Vicente Solís Asesor F México Estados Unidos para la Ciencia – El Colegio de Sonora



Hermosillo, que generan la sinergia económica y ocasiona una dependencia a este. La mayoría de las empresas locales son de servicios y distribuidoras de herramientas y de equipos. Como parte de la dinámica industrial, que ha generado una infraestructura de servicios, crecimiento y expansión de la ciudad junto a la convergencia tecnológica y la homogeneización de los mercados. A continuación se muestra un mapa de la ubicación de Ford y algunas de sus proveedoras

Las inversiones efectuadas por Ford y sus proveedores han detonado nuevas iniciativas para desarrollar en forma continua, en la innovación de productos y en servicios, esto debe ser aprovechado por los participantes que pueden constituir otras empresas que estén basadas en el conocimiento.

Figura 4.13 Ubicación de Ford Motor Co. y Proveedoras

Áreas de innovación y expansión de Ford Motor Company en Hermosillo:

Uno es la implementación de la plataforma CD3, cuyo objetivo es fabricar un automóvil que fuese totalmente digital. Esto le permite a la empresa reducir en tiempo el desarrollo, ahorrando dinero y transportando los vehículos a su lugar de destino con mayor rapidez. Plataforma que sirvió de base otros diez modelos y el ensamble de 800 mil automóviles anualmente Fuente: Google maps de Ford, Lincoln y Mercury que para años siguientes permitirá que se haga más rápido en volumen y mezcla y satisfacer la demanda con una inversión mínima. Consigue una baja emisión de gases, una mano de obra especializada en automatización, tecnología de punta, calidad de manufactura, líneas de ensamble robotizadas y la implementación de nuevos sistemas robóticos. Esto ha provocado una aceleración en el ritmo del desarrollo de tecnologías en la región. Las empresas se interesan al vincularse con instituciones y centros de investigación, donde hay una oportunidad de ofrecer programas educativos y especializaciones con alto nivel tecnológico. De entre las transformaciones de la industria automotriz en los últimos años se encuentra la innovación de la producción y mercado en América del norte. Hay tres líneas decisivas de los

cambios en el proceso: Uno, las redes productivas se regionalizan con sedes en las ciudades industriales y con ventajas económicas de predominio Estadounidense y japonés. Segundo, hubo una transición tecnológica de manufactura hacia la modular, que trascendió en la organización de empresas ensambladoras y proveedoras. Tercero, se contrataron segmentos más amplios, un grupo mayor de proveedores.

A Consecuencia de esto se da una tendencia de reestructuración tecnológica, organizacional y de relaciones con proveedores. Las últimas décadas su propósito fue el de tener



Figura 4.14 Modelo Fusion, que se ensambla en la Planta de Hermosillo

un "auto mundial". O sea estar presentes en la plataforma global, con un modelo de auto subcompacto parecido al japonés. México asume un papel importante en la manufactura de automóviles de la región de América del Norte. Hermosillo al ser proveedor del modelo Fusion, por ello se amplía la planta de ensamble de Ford Hermosillo y se lanza la plataforma CD3 ahora CD4 que compite directamente con empresas asiáticas y estadounidenses por el dominio del mercado en el territorio. La plataforma CD3 dejó de utilizarse a partir de junio del 2012, el tiempo de producción en esta plataforma era una pieza por minuto. La utilizada actualmente (CD4) produce una pieza cada 45 segundos, dándole velocidad a la producción, ensamble de automóviles para su exportación al mercado Estadounidense.

Esto significó la entrada de tres nuevos modelos (Ford Fusion, Mercury Milan and Lincoln Zephyr), y un incremento en la capacidad de producción de 120,000 a 300,000 vehículos anualmente, se establece un sistema flexible de manufactura y una reorganización de la red de proveedores de primera línea para producir de acuerdo al sistema modular, cada uno de estos aspectos posicionan a la planta ensambladora Ford en la brecha de la industria automotriz. La inversión para la expansión de la planta constituyo más de 1739 millones de dólares, se crearon 13,275 nuevos empleos directos (incluidos en

Ford y proveedores de primera y segunda línea, así como de proveedoras locales) que se traduce en 23,894 empleos indirectos, además que en el área del parque industrial se establecieron 20 proveedores de primera y segunda línea así como de servicios especializados.

- Genera el 3.5% del PIB Nacional y el 19.8% del Manufacturero.
- Genera impactos en 23 sectores industriales del país.
- En 2011 el PIB del sector automotor creció cuatro veces más que el PIB Nacional (16.9% versus 3.9%).
- De 1994 a 2011, el PIB del Sector creció 2.2 veces más que el PIB nacional y 2.0 veces más que el manufacturero. Solís (2013)

Para el caso de Ford Hermosillo, el proceso de integración de empresas locales fue muy limitado en la primera fase de 1986 al 2005. El proyecto CD3 amplió a gran escala y complejidad las oportunidades. ¿Pero qué elementos hacen que la ciudad de Hermosillo, o cualquier ciudad en México sea atractiva a empresas ensambladoras y proveedoras? Uno es la localización geográfica, y Hermosillo al ser ciudad de estado fronterizo la vuelve escenario para exportar a Estados Unidos, al tiempo que mantiene una estrecha vinculación con la economía Estadounidense. Otro elemento son los recursos humanos jóvenes, ingenieros o técnicos. En donde las instituciones e investigación en general juegan un papel primordial, al formar profesionistas en las universidades del Estado, le da ventaja al ofertarse carreras tecnológicas, cuyos alumnos al egresar de las instituciones busquen tener un empleo dentro del ramo industrial.

A partir del inicio de la planta de crearon alrededor de 10 mil 300 viviendas, 5 escuelas, un centro de salud, y en el año 2012 un Hospital del seguro social. Se modernizó la carretera que va hacia La Colorada y Sahuaripa, del periférico Sur y periférico oriente, la ampliación del paseo Río Sonora, además de nuevas cadenas hoteleras y centros comerciales. Señalados como

efectos del desarrollo en la ciudad, me atrevería a decir que sin la aparición de Ford y compañía la ciudad de Hermosillo no puede haber experimentado los cambios que se observan al día de hoy. Los gobiernos locales le dan preferencia debido al número de empleos y familias que dependen, además de que le dan movilidad a la economía de Sonora, al existir alrededor de 20 proveedoras, a continuación una gráfica del impacto económico que FORD ha traído a la ciudad desde sus inicios en 1986 hasta el año 2006 después de las obras de expansión de la planta. En la siguiente tabla podemos observar indicadores e impacto económico de Ford desde su inicio en 1985 hasta el año 2006, fecha en que está en marcha el proyecto de ampliación de Ford y sus proveedores en el parque industrial al sur de Hermosillo.

ALGUNOS IMPACTOS DE LA PLANTA FORD DE HERMOSILLO			
Indicadores	1985-86	1995-96	2005-06
<i>Inversión, producción y empleo</i>			
Inversión Ford (millones de dólares)	500	300*	1,200
Capacidad de producción (unidades ensambladas X año)	130,000	165,000	300,000
Empleo directo en la planta Ford	700	2,200	3,800
Salario promedio (dólares X hora, nivel 5)	0.53	1.74	--
Porcentaje de automatización	ND	70%	90%
Porcentaje de integración nacional	18%	33%	72%
Número de empresas proveedoras de primera y segunda línea en Hermosillo	7	7	20
Inversión de las proveedoras (millones de dólares)	57	ND	539.1
Empleo directo en empresas proveedoras	ND	1,300	4,675
Empleos temporales en construcción	2,500	--	5,000
<i>Infraestructura urbana</i>			
Construcción de vialidades	21 Km	ND	72Km
Construcción de viviendas	5,300	ND	5,000
Centros escolares	5	ND	--
Centros de salud	1	ND	1
<i>Perfil socioeconómico de trabajadores de Ford</i>			
Promedio de edad (años cumplidos)	20	28	--
Promedio de escolaridad (años cursados)	12	12	--
Porcentaje de migrantes (nacidos fuera de Sonora)	3%	16%	--
Porcentaje de hombres	100%	98%	--
Porcentaje de solteros	88%	43%	--

A continuación se muestra una tabla de los impactos de Ford en Hermosillo:

Notas: * Datos correspondientes al periodo 1989-1994; ND = No hay datos.
Fuentes: SEDUE (1984), Ford (1984), Fimbres (1984), CIDESON (1984), Sandoval (1990), Carrillo (1995), Taddei (1999), Hualde (2001), Sandoval (2003), Sandoval y Wong (2005), SIUE (2004).

Se pueden apreciar los cambios en inversión y generación de empleo, en la parte de infraestructura urbana, se construyó un hospital del seguro social en 2011. Aquí la relación de Ford con la expansión y modernización de la ciudad, que depende de la especialización de la mano de obra e investigación. Siendo estandarte de Sonora, de su nivel de producción y exportación. Según (Lara, Velázquez y Rodríguez, 2007) Se dan las condiciones para tener un lugar a nivel nacional e internacional por las nuevas condiciones en la infraestructura en apoyo a esta actividad industrial, una especialización producto del retroceso de la actividad primaria. Por ello el cambio en el sector terciario, sintetizado en la emergencia y crecimiento de un nuevo tipo de servicios, relacionados con la producción industrial. Este cambio en la estructura productiva derivó en una distribución espacial nueva de las actividades económicas en Sonora y produjo

Fuente: Redes de Producción Global y Aprendizaje Local: El caso de Ford en Hermosillo, México. Contreras, Carrillo y Lara (2007)

una modificación en la geografía económica

estatal en la última década del siglo XX.

Ford desde sus inicios en 1986 refleja un cambio en la preferencia y enfoque en el sector económico, de ser agropecuario a industrial, tras una revitalización económica. Esta actividad era la más propicia por la ubicación de la ciudad como anteriormente se mencionó y somos manifestantes del inicio, función y expansión del sector. La Planta y sus proveedores hacia el sur se han encontrado bajo un crecimiento, efecto del progreso producto de la industrialización. Ha tenido alcances en toda la ciudad, por el aumento de sus proveedores, que emplean gran cantidad de población dándose un fenómeno migratorio endógeno y exógeno. Por proyectase Hermosillo como ciudad "moderna", con oportunidades de empleos y una economía estable. La planta Ford de Hermosillo a nivel mundial es la cuarta productora de vehículos, la cuarta de motores y el segundo lugar en proveeduría.

La economía del Estado se enfrenta a esta especialización regional-económica, en donde Hermosillo como la capital debe prepararse para un

creciente sector de servicios. Además de la infraestructura de ciudad que apoya la actividad de la industria (Capítulo 2) y retribuyen con los aspectos de ciudad moderna y equipada, para responder a la dinámica económica que el sector está teniendo. Siendo el sector industrial y la red de proveedores de Ford Motor Co. En este aspecto la ciudad no termina de definirse, al ser un fenómeno creciente. Un área de innovación y de futuro industrial se vislumbra al sector aeroespacial, que se posicionara dentro del Estado. Incluidas maquiladoras de la región como Tetakawi, que atrajo la atención de otras empresas extranjeras dedicadas al sector. A futuro se pronostica la diseminación de plantas industriales de la industria maquiladora desde la zona fronteriza hacia el interior del estado de Sonora, lo que ha traído grandes beneficios para Hermosillo, estableciéndose operaciones de manufactura avanzada, en la industria automotriz y de autopartes, junto con la mecánica-electrónica. Además de la construcción de un nuevo parque industrial aeroespacial, al proyectarse dos empresas de origen Francés en terrenos cercanos a el aeropuerto de Hermosillo. Que generara mejores empleos, edificando otro polo de desarrollo industrial avanzado para Hermosillo. Que a su vez atraerá una población mayor en años posteriores, igualmente que el sistema de servicios, respuesta del crecimiento previsto para el área industrial, aunado a la oferta de vivienda.

Hermosillo y sus avenidas son imagen de una superficie pensada para el automóvil, se conjuntan el centro comercial en avenidas principales y arterias como el caso de Plaza Sendero Hermosillo, en el entramado urbano su imagen e infraestructura se presenta alrededor de la calle, al ser la presencia de automóviles primordial para el movimiento en la ciudad y facilitar ese tránsito implicara la mejora de su economía. Al darse la inversión la ciudad se proyecta con modernidad, misma que atrae empresas de servicios e industriales, principalmente por la influencia de reestructuración tecnológica iniciada por Ford Motor Co. Y las relaciones con sus proveedores, la aplicación de la plataforma CD3, ahora CD4 compitiendo a nivel mundial con empresas automotrices Estadounidenses y japonesas. Hermosillo tiene lugar en el

mercado por su producción de automóviles, que está ligado a la colocación de Plaza Sendero, la modernización del área sur de la ciudad (Distribuidor vial La colorada). O sea el crecimiento poblacional de esta parte de Hermosillo y la necesidad de nuevos satisfactores de consumo. genera un centro productivo en la ciudad al sur, por haber movimiento económico, parte de la corriente de cambio y de políticas encaminadas a la mejora y orden de la ciudad para seguir atrayendo inversión, impulsado por el proceso industrializador en la ciudad desde los ochenta por el sector industrial automotriz en Hermosillo, que le ocasiona una apegada dependencia económica a este, junto con los servicios que han contribuido al fortalecimiento económico regional, debido a los empleos generados y que se gaste el dinero dentro de la ciudad. Concibiendo una sinergia al interior del estado que le significan los cambios antes mencionados y estar en la brecha de la economía global al presentarse como una ciudad completa, reuniendo en el ámbito local conceptos globales, económicos y sociales. La ciudad es la imagen de los ciudadanos y de sus gobiernos que impulsan, atraen y facilitan la posición de empresas que traen ventajas económicas para la misma.

Ciudad que se caracteriza por asociar una oferta económica ascendente, al ser en la etapa actual, equipada y con la infraestructura adecuada. Cuenta con un amplio repertorio de centros de consumo comerciales que la hace centro de dinamismo económico, y es el sur de La ciudad de Hermosillo, Sonora que tiene lugar la propuesta de Plaza Sendero asociada a la presencia del centro o parque industrial en este punto, destinada a la población media-baja. Presenta las condiciones de consumo deseadas, características que se inscriben en la renovación de la ciudad desde los años 80, por la especialización económica automotriz que mostraba el área de la ciudad como punto referente al estar desocupado y cercano a la arteria de movimiento como bulevares principales, y demuestra la relación de población, actividad económica y negocios en una zona que estaba carente de este espacio. Resultado de la intervención transformadora de la zona que estuvo influenciada por la presencia de Ford Motor Co. A la ciudad asociada a un crecimiento urbano hacia el área,

una distribución de actividades importante. Como resultado del crecimiento y modernización de la ciudad, se mezclan rasgos industriales, modernos y de consumo que hacen a Hermosillo ciudad de oferta comercial especializada.

Conclusiones

Hermosillo en sus últimos 20 años ha sido objeto de cambios causados por los sectores económicos servicios e industrial, este último por la actividad generada por Ford, sus proveedores y empresas recientes en la ciudad. Modernizando a la ciudad capital en una zona industrial y de servicios, movilizand o recursos humanos, económicos y urbanísticos, en distintos momentos y con bastantes cambios. Juntamente con la expansión de la mancha urbana de la ciudad de Hermosillo, nuevos negocios y proyectos toman lugar, tornando al centro comercial conveniente en la dinámica de ciudad de consumo que se vive hoy, un espacio que concentre productos y servicios como la plaza comercial al sur de la ciudad de Hermosillo. Ubicada en un espacio periférico cercano a centros de trabajo como maquiladoras y del parque industrial, lo convierte en un punto focal al ubicarse estratégicamente de

manera aledaña a las colonias y sus consumidores, De los cuales son población económicamente activa quienes hacen un uso frecuente del lugar, de jóvenes que pasean y deambulan por la plaza como un hábito cotidiano, como si recorriera la ciudad cuando se encuentra dentro de una plaza.

Hermosillo converge en sus actividades económicas la oferta y necesidad de ser hecha ciudad, traduciéndose en sus centros de consumo ubicados en sus distintos puntos dando una imagen de progreso y modernidad. Lugar que se vincula con la vida de los habitantes por el uso que hacen del espacio, resultando en un policentrismo al reunir centros comerciales y plazas en varios puntos de la ciudad. El cambio hacia el área sur de la ciudad está respaldado por el proyecto de Ford y su ampliación a partir del 2004-2005, años en los cuales se lograron cambios en la infraestructura. En donde una de sus expresiones fue el distribuidor vial de la colorada, por ser área transitada y una arteria de movimiento que requería de atención, al demandar velocidad al momento de moverse hacia el área del parque industrial. Los cambios en la infraestructura pueden observarse alrededor de toda la ciudad en donde puentes, distribuidores viales, ampliaciones y cambios en calles y avenidas son necesarias al tratarse de la ciudad capital de Sonora, exigiendo rapidez y agilidad al recorrer sus calles. Provocado por la dinámica "ahorista" que implica la inmediatez y acortar distancias dentro del ciclo inmediato. Se incluyen a los centros comerciales como una respuesta a la necesidad de consumo, cercana a las viviendas, en las que sus locaciones concentran modas y tendencias, cambiando la praxis y morfología de lo que conocemos como nuestra ciudad, al ser el centro comercial parte de la misma, y formar parte de la configuración urbana de la ciudad actual. en un constante en la que espacios como este toman un papel central en la vida de sus habitantes, dada la necesidad de consumo que viene junto al aumento poblacional, que exige una cantidad mayor de satisfactores, traduciéndose en espacios de consumo con las cualidades deseables para sus visitantes y consumidores.

La ciudad de Hermosillo se ha especializado de tal manera que las actividades industriales y comerciales se han vuelto centrales en la vida de sus

habitantes, al hallarse empleos, recursos, productos y servicios. Con esta especialización surge el dominio del área comercial, cuyas edificaciones hacen uso de terrenos que no eran de uso comercial y se da un fenómeno con miras al crecimiento económico. Lugares que se ubican en las periferias de la ciudad, que tarde o temprano serán cruciales, dada la dinámica de expansión de la ciudad. Lo que dará como resultado un debilitamiento del centro geográfico-comercial de Hermosillo. Y que el centro comercial o plaza más cercana al lugar de vivienda o trabajo tenga la frecuencia y tiempo de sus consumidores. Volviéndose punto de atracción y movimiento económico de la población, representando la tercerización económica de Hermosillo estimulada por la posición que tiene Sonora y Hermosillo al ser capital le conlleva cierta responsabilidad, conservar una economía estable, infraestructura adecuada, empleos, entre otros. De lo que se encargará de impulsar los gobiernos por medio del city marketing que provocará la atención de habitantes de la misma ciudad y del extranjero para favorecer inversiones que generaran mayor movilidad de capital. Esta preferencia por el capital extranjero volverá a la ciudad de Hermosillo a las opciones de elección, si consume lo "local" que es el centro geográfico-comercial de la ciudad o cualquiera de sus centros comerciales con todo y sus comodidades.

El que aparezcan un mayor número de plazas es resultado del proceso de modernización actual, causado por la influencia del mercado global y el estilo de vida deseable, influido por el mercado estadounidense. Conjuntando las tendencias del día y el gusto de los consumidores por estas. Se cambian estilos de vida e intereses de las personas, vuelto el motivo de desvelo para los consumidores, querer convertirse en un producto vendible, incluso la ciudad se vuelve vendible. El crecimiento en cantidad de estos espacios alrededor de la ciudad es resultado de la transformación impulsada por procesos de modernización. Hermosillo se ha vuelto especialista en varios rubros económicos, uno de los más importantes que ha proliferado son los servicios y como anteriormente se ha planteado en Ford y sus proveedoras han influido en el desarrollo acelerado del sector sur y de Hermosillo por la cantidad de

empleos que se generan, por tanto una economía creciente y estable, que fortalece a la ciudad. El valor que representa en la economía las plazas comerciales o cualquier centro económico en su tipo, es de vital importancia la infraestructura de transporte y comunicaciones, que se vinculan con las mismas, en donde el poder económico se ira concentrando y formando un territorio para la funcionalización, siendo sede que responde a una lógica empresarial, organizando en el municipio un entorno económico favorable y en crecimiento.

Al existir un aumento demográfico le sigue una migración endógena y exógena, por mostrarse como ciudad conveniente con posibilidades de crecimiento, ya que su expansión no termina. Lo que los migrantes buscan a la hora de cambiar de ciudad, es establecerse y mejorar su calidad de vida. El número de personas nacidas en el municipio es de 667,799, es decir el 85%, el 15% restante migró al municipio para ubicar su lugar de residencia. La tasa de crecimiento poblacional entre 2005 y 2010 fue de 2.4%, que representa un crecimiento superior en 0.1% con respecto a la tasa de crecimiento estatal que fue de 2.3%, situación estrechamente relacionada a mayores oportunidades de educación, empleo, salud y servicios que tiene el municipio. Dentro de la propuesta de los gobiernos se encuentra aumentar esta calidad de vida al interior del Estado, en el quinquenio 2005-2010, Hermosillo registra una tasa de crecimiento Demográfico de 2.42%, superior al ritmo de crecimiento de la población estatal que fue 2.30% promedio anual. En 2010 Hermosillo contaba con 784,322 habitantes, consolidándose como el municipio más poblado de Sonora, al concentrar 29% de la población estatal. El incremento en la tasa de crecimiento poblacional está estrechamente relacionado al dinamismo económico, y con ello a los niveles de educación, fuentes de empleo y calidad en los servicios que se prestan actualmente en la ciudad. Prueba de ello son las nuevas edificaciones, satisfactores de la población como la vivienda, centros de salud, escuelas, autobuses y centros comerciales.

La sociedad actúa como creadora de nuevos lugares, ahora no lugares, en torno a la defensa de los espacios públicos. La sociedad prefiere las

comodidades que ofrece un centro comercial, en donde se llena el tiempo libre y se llevan a cabo las actividades lúdicas como las compras, comer y convivir en familia, amigos etc. El papel que juega el centro comercial en estos días es el de espacio privado de uso público, en donde se les relaciona con la ciudad. Su función en el consumo y movimiento económico genera el decaimiento de los espacios públicos. El crecimiento de población ha obligado a este despegue en el desarrollo. Al igual que el centro, ofrecen sus productos de consumo pero sin hacer ciudad, fomentando al centro comercial como una versión de la misma, ya que el individuo se presenta como ser social dentro de este, al adoptar el papel de ciudadano y consumidor en el mismo. La ciudad genera las condiciones adecuadas para que plazas, centros productivos e industriales tengan lugar. Por ello la relación de la posición de Plaza Sendero, el aumento poblacional y de vivienda con la planta de ensamble de Ford Motor Co. Dinámicas que alrededor de la ciudad seguirán al generarse un desarrollo y crecimiento económico a través de los sectores automotriz, industrial y servicios, siendo este último el centro comercial que responde al ámbito global y reúne los satisfactores de la población que así los requiere. Al tiempo que este se identifica con el espacio, al presentarse las edificaciones como parte de los artefactos de globalización, y al hacer un uso de este tipo de espacios y lugares, los habitantes los adaptamos como parte de la misma ciudad, en el contexto económico y comercial, al no realizar los movimientos y diligencias que se hacían anteriormente, al concentrar el centro comercial a casi todos los tipos de servicios, contando con bancos, cajeros, autoservicio, ropa y alimentación.

De entre las características ya mencionadas en los capítulos del presente trabajo, se encuentra en que la oferta es muy aproximada a la demanda, junto con la necesidad de agilizar el movimiento y que los tiempos en la ciudad exigen velocidad al moverse en la ciudad. Plaza Sendero Hermosillo ubicada al sur de la ciudad es un satisfactor de consumo sin precedente en su tipo dentro de Hermosillo, al tratarse de una plaza comercial similar a otras en México. Ideada y construida por la empresa Acosta Verde, y para ser exactos en un

momento muy apropiado, por los movimientos económicos e industriales que se daban en el año 2006 hacia el área sur de la ciudad, respondiendo al cambio y expansión de este punto, como una tendencia de mundialización y expresión del sector creciente de servicios, por medio de ella se atrajo, a una mayor inversión y movilidad, al agruparse plazas en años posteriores en la ciudad. Asimismo los centros comerciales son parte de la atracción turística para extraños al resultar una simulación o imitación de espacios como ese. Un desarrollo económico comercial y turístico que es resultado de años de transformaciones, que son impulsadas por las dinámicas de globalización. abriendo las puertas de la ciudad a aquellos que así lo prefieran y que vean en Hermosillo el local para un negocio, una ciudad en la que convergen vialidades modernas y apropiadas, accesible y son las plazas o centros comerciales que en los últimos 20 años han dejado más en las ciudades al gastar el dinero de los locales en un solo lugar y como en los primeros capítulos se menciona que Hermosillo concentre una cantidad de centros comerciales por la influencia que tiene Estados Unidos y su cercanía con el estado de Sonora.

Cabe mencionar que además del hecho que Ford realizara movimientos de expansión con sus proveedores, el área fue propicia por la cantidad de población que concentran las colonias del sur de Hermosillo, en total suman una población de 30 800 habitantes de las colonias: Agualurca, Akiwiki, Altares, Arboledas, Cuauhtémoc, Gala, Las Lomas, Luis Terán, Altares, Mayorca, Nuevo Hermosillo, Perisur, Rancho Grande, Valle del Márquez, Villa del Rey y Encinos estos datos del año 2010, se proyecta un crecimiento poblacional y de vivienda para ciertas áreas. Para lo que da hacia la carretera a Guaymas no se presentara expansión al estar cercano el cytrar.

El suelo urbano ha adquirido un mayor valor, los espacios son impulsados y crecen gracias a las nuevas dinámicas de globalización y desterritorialización impulsando que las puertas del mercado estén abiertas a locales y no locales. De entre las características que puede otorgar el espacio está la accesibilidad, o sea de fácil entrada al comunicarse con una vialidad importante. Hermosillo la capital del Estado debe pasar por una reflexión sobre

su crecimiento a futuro, vincular la dinámica poblacional, cultural y de recreación, esto último también lo ofrece un centro comercial. Hablar de los espacios públicos de la ciudad que al paso del tiempo van en decadencia, al preferir la población a los lugares cerrados y cuidados. Es necesario proveer de mayores espacios, foros culturales y educativos en las colonias, ya que al ser una ciudad ahora globalizada no se pierda la relación y apego a la misma, los ciudadanos cohabitan y comparten un vecindario, una calle, su colonia. Como ya se ha mencionado al no existir una plaza al sur de la ciudad, se vio una oportunidad positiva, por las características apropiadas que se dieron alrededor del terreno en el que se encuentra Plaza Sendero.

Cabe concluir que el hecho de existir plazas comerciales es resultado de la cooperación pública y privada, que se resume a la expansión económica que atrajo Ford en la ciudad, la dinamización de las calles y avenidas, el marketing político o gubernamental, al volver atractiva a la ciudad y veamos una serie de edificaciones dedicadas al consumo. Plazas surgidas de la industrialización y el crecimiento del sector de servicios, derivando una tercerización económica de Hermosillo, en donde sus habitantes son parte del movimiento y tendencia mundial de consumo, haciendo uso de los espacios, que en su interior son simulación de otros como Plaza Sendero, la ciudad de Hermosillo tiene en su conjunto espacios que conforman pirámides de progreso en la era globalizadora, positivas económicamente hablando, el presente trabajo consistió en describir la relación del crecimiento demográfico dado hacia el área sur, el crecimiento de la industria automotriz (Ford Motor Co. Y proveedores) un crecimiento que desde los años ochenta se previó, lo que dio como resultado en la actualidad un área dinámica, una vía rápida, industrializada y con servicios. Así se resume al área sur de Hermosillo, Sonora, en donde el centro comercial Plaza Sendero permanece en el diario vivir de sus habitantes, ya que luego de casi 7 años de existir sigue con su popularidad, marcada por el requerimiento inmediato de la población por productos y satisfactores. Cabe resaltar el papel de la recreación es importante ya que el ciudadano tiene como necesidad después del trabajo a recrearse, realizar una actividad y usara su tiempo libre

para satisfacer esa necesidad, para consumir o con razones sociales, siendo el centro comercial el foro para esto.

Las políticas urbanas de la ciudad están encaminadas a mejorar la ciudad, de manera que esta se vea atractiva y son resultado de negociaciones, que se orientan a intervenciones en espacios construidos dentro de la ciudad, lugares que son de influencia para quienes lo visitan, ya que hace cambios en las pautas social, cultural y en sus patrones de consumo, para ser parte del perfil moderno deseable que reclama el mundo actual, en el que se conjuntan la economía y otros factores para que espacios como este, crezcan y aparezcan con más frecuencia en la práctica cotidiana de los habitantes de la ciudad al estar en un crecimiento que es constante, un hecho que seguirá y debe considerarse hacia años posteriores, aunque el fenómeno del centro comercial tenga ya décadas, su implicación social, turística, económica seguirá formando parte del estudio en las ciencias sociales.

Bibliografía

Aguilar, Adrián y Vázquez, María. (2002) Crecimiento urbano y especialización económica en México. Una caracterización regional de las funciones dominantes, investigaciones Geográficas. Boletín del instituto de Geografía. UNAM Núm. 42. México.

Aguilar, Miguel y Ramírez, Patricia (coordinadores) (2006) Pensar y habitar la ciudad: Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Areilza, Gloria y Urrutia, Víctor (2000) El poder local y las nuevas políticas urbanas, Documentación Social 119. España.

Armas, Alejandro (2007) En torno a la mercadotecnia urbana: Reorganización y Reimaginación de la ciudad, Biblio 3w, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. xii, nº 712. Universidad de Barcelona, España.

- Bauman, Zygmunt (2007) Vida de consumo, Fondo de cultura económica. México.
- Bolívar, Teolinda (2008) "Experiencias de gestión urbana". Revista ciudades 80, ¿Experiencias exitosas de gestión urbana? octubre-diciembre, Red de Investigación Urbana, México.
- Bracamonte, Álvaro y Contreras, Oscar (2008) "Redes globales de producción y proveedores locales: los empresarios Sonorenses frente la expansión de la industria automotriz" Estudios fronterizos, Vol.9, num.18.
- Brito, Julio (2003) Factible disminuir costos en 8mdd en la industria automotriz, Excelsior, 25 de septiembre, México
- Castells, Manuel (1977) The urban questions: A marxist approach, The MIT Press
- Contreras, Oscar (Coordinador) (2005) Estudio sobre el Impacto de la Ford Motor Co. En Hermosillo, Sonora, investigadores: Bracamonte A, Carrillo J. Isirdia P. Jiménez R. Navarrete M. Olea J. Munguía L. Romero L. Sánchez J. Solís V. Asesor FUMEC: Ing. Juan Antonio Ramírez Bustos. Fundación México Estados Unidos para la Ciencia – El Colegio de Sonora. México.
- Contreras, Oscar (2008) Empresas transnacionales, aprendizaje tecnológico y desarrollo local. Un estudio de caso en el noroeste de México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM (en prensa). México.
- Contreras, Oscar y Munguía, Luis (2005) Impacto de la ampliación de Ford Motor Co. en Hermosillo, Sonora, Secretaría de Economía El Colegio de Sonora-Fumec. México.
- Coronio, G y Muret, J (1976) Guide pratique des équipements, Centre de Recherche D'Urbanisme, Paris, Francia.
- Cornejo, Inés y Urteaga, Maritza (2001) Los espacios Comerciales: ámbitos para el contacto juvenil urbano, La Ciudad desde sus lugares, trece ventanas etnográficas para una metropolí, UAM, Conaculta, editorial Miguel Ángel Porrúa. México.
- Corraliza, José Antonio.(2009) Emoción y espacios públicos: La experiencia humana de los escenarios urbanos, Universidad Autónoma de Madrid. España.
- De Mattos, Carlos A. (2007) Globalización, negocios inmobiliarios y transformación urbana, revista Nueva sociedad N° 212, Noviembre- Diciembre. Buenos Aires, Argentina.
- De Mattos, Carlos (2002) Transformación de las ciudades latinoamericanas. ¿Impactos de la globalización) EURE v.28 n.85, Santiago, Chile.
- Duarte, Héctor (2003) Cytrar: detrás de los residuos peligrosos en Sonora. Acta Universitaria, mayo-agosto, año/vol. 13, número 002 Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México.
- Enríquez, Jesús (2002) El progreso Hermosillense. Expresiones de la modernización en los años noventa del siglo XX. UNISON. México.

Estrada, Gonzalo (2010) El comercio y los Centros Comerciales. Una industria que nos involucra a todos, Revista inmobiliaria. México.

Feixa, Carles (1998) De Jóvenes, bandas y tribus: Antropología de la juventud, Ariel, Barcelona, España.

García, Nestor (1995) Consumidores y ciudadanos, Conflictos multiculturales de la globalización, Grijalbo, Mexico.

García, Carlos (2004) Ciudad Hojaldre, visiones urbanas del siglo XXI. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

Gomez, Carlos (2002) Variables que determinan la Ordenacion del territorio, La realidad Chilena y española en el umbral del siglo XXI, CEDERUL, Chile.

Gomez, Thelma y Alonso, Ramiro (2009) Centros comerciales catedrales de consumo, El Universal. Mexico.

Gottdiener, Mark (1995) Postmodern Semiotics, Oxford, Gran Bretaña, Basil Blackwell.

Hiernaux-Nicolas, David (2006) de flaneur a consumidor: reflexiones sobre el transeúnte en los espacios comerciales, Pensar y habitar la ciudad, Ramírez, Patricia y Aguilar, Miguel. Universidad autónoma metropolitana. México.

Knox, P (1993) The Restless Urban Landscape, Nueva York, Prentice Hall. Hall, T., 1998, Urban Geography, EUA/Gran Bretaña, Routledge. (Knox, 1993: 10; Hall, 1998).

Lara, Blanca, Velázquez, Lorenia y Rodríguez, Ileana (2007) Especialización económica en Sonora. Características y retos al inicio del nuevo milenio Región y sociedad v.19 . Region y Sociedad, El Colegio de Sonora, Mexico.

López, Liliana. (2003) Transformaciones urbanas a partir del consumo: El caso de la Ciudad de México. Boletim goiano de Geografia, Instituto de estudos sócio-ambientais/Geografia Vol. 23 N° 1 Edit. Artigos. Goiânia- Goiás, Brasil.

López, Liliana (2007) La naturaleza central de los grandes centros comerciales de la Ciudad de México, Metropolización, concentración económica y desigualdades espaciales en México y Francia, Universidad Autonoma Metropolitana, México.

López, Liliana (2006) Centros Comerciales Recintos Fortificados, Revista Veredas num. 12. Universidad Autónoma metropolitana, México.

Lynch, Kevin (2004) La Imagen de la Ciudad, Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, España.

Martínez, Cristina (2005) Vivienda Municipal construida por desarrolladores privados en Hermosillo, Sonora, 1997-2005. En: Memoria del Primer Congreso de Suelo Urbano, PUEC-UNAM, México.

Medina, Federico (1998) El centro comercial: una "burbuja de cristal" Estudios sobre culturas contemporáneas, año/. IV, núm, 008, Colima, México.

Mudarra, Juan y Solana, Antonio M.(2002) Temario General para oposiciones, editorial MAD S.L, España.

Muxi Zaira (2009) La arquitectura de la ciudad global. Ed. Nobuko. Buenos Aires, Argentina.

Ramírez, 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. México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. México.

Ramírez, Patricia (1995) Entorno, consumo y representaciones urbanas en la Ciudad de México. In Ciudades, no.27, SEP/UAM, México.

Ramírez, José (1995) "La organización justo a tiempo en la industria automotriz del norte de México. Nuevos patrones de localización y eficiencia", Colección cuadernos de Trabajo, Núm.33, CIDE, División de Economía, México.

Sabatier, Bruno (2008). Un nuevo modelo norteamericano de consumo en la periferia de la Ciudad de México: Mundo E, «centro de Entretenimiento y Compras» LISST-Cieu (Centro Interdisciplinario de Estudios Urbanos), Universidad Toulouse-Le Mira, Francia.

Sandoval, Sergio (1987) "Los enlaces económicos y políticos de la Ford Motor Company en Hermosillo, Internacionalización productiva y nuevas Tecnologías", en Ramírez, José Carlos (Coord.), La Nueva Industrialización en Sonora: el caso de los sectores de alta tecnología, El Colegio de Sonora, Hermosillo, Sonora, México.

Sandoval, Sergio (2003) Hibridación, modernización reflexiva y procesos culturales en la planta de Ford Hermosillo. Ciad, El Colegio de Sonora y Ed. Plaza y Valdés. México.

Sassen, Saskia (1994). Cities in a World Economy, Pine Forge Press, Sage Publications, California USA.

Otras fuentes

Duarte Aguilar Alejandro, Historia Urbana de Hermosillo: 4 fragmentos, una ciudad. Fiestas del Pitic, Hermosillo, Sonora, 2003.
<http://www.colson.edu.mx:8080/portales/docs/Hermosillo.pdf>

Espinoza Montiel Sergio, El Impacto de los centros comerciales, Universidad de Las Americas, Puebla, 2010. Slideshare
<http://www.slideshare.net/sergioespmon/arquitectura-en-centros-comerciales>

Contreras, Oscar. Carrillo, Jorge. Lara Arturo. Redes de Producción Global y Aprendizaje Local: El caso de Ford en Hermosillo, México
<http://www.izt.uam.mx/amet/vcongreso/webamet/indicedemesa/ponencias/Mesa%2014/contreras,carrillo,lara,redesm14.pdf>

Sordo, Ana, Proyecto Hermosillo Centro 20.11, del blog :
<http://hermosillocentro.blogspot.mx/p/proyecto-hermosillo-centro-2011.html>

<http://inmobiliare.com/el-comercio-y-los-centros-comerciales-una-industria-que-nos-involucra-todos/>

<http://inmobiliare.com/grupo-acosta-verde-sendero-de-crecimiento-es-la-eleccion-el-objetivo/>

Solís Eduardo, ponencia La Industria Automotriz: Retos y oportunidades Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, A.C. XXV Simposium IMEF (Instituto Mexicano de Ejecutivos de finanzas) 2013.

Plan de desarrollo urbano de Hermosillo 2007

Plan municipal de desarrollo 2009-2012, Hermosillo, Sonora.

Plan municipal de desarrollo 2013-2015, Hermosillo, Sonora.

<http://www.hermosillo.gob.mx/>

Manual de operaciones de plaza Sendero Hermosillo

http://www.grupoav.com/CCE_CONS/PDFs/2006_MdeO_Hermosillo.pdf

