



Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Azcapotzalco

Licenciatura en sociología

Área sociología urbana

**Gentrificación comercial en la colonia San Rafael: Transformación  
urbana, percepciones y adaptación de los comerciantes**

Presenta:

Ximena Alejandra González Ordoñez

2203037194

Asesora:

Dr. Ruth Pérez López

Sinodales:

Dr. Jerónimo Díaz Marielle

Dr. Jesús Morales Guzmán

Azcapotzalco, Cd. Mx., mayo 2025

## **Dedicatoria**

*A mi familia, por siempre apoyarme en mis peores momentos.*

*A mi abuela y a mi madre, los pilares que sostienen mi alma, mi refugio  
eterno.*

*A mis amigas, cuya presencia me rescato del abismo cuando todo  
parecía perdido; sin ellas no sería la mujer que soy ahora.*

*Y a cada persona que, con un gesto, una palabra o un silencio  
compartido, dejaron una huella en mi camino.*

## **Agradecimientos**

*Agradezco, en primer lugar, a mi familia, por darme la fuerza para seguir adelante en cada etapa de mi vida académica y personal. En especial a mi madre y mi abuela que, con su cariño y fuerza, me inspiraron a ser constante y a no rendirme ante el primer problema.*

*A mi asesora, la Dra. Ruth Pérez López y a la Dr. Guénola Caprón, por su guía, sus comentarios críticos y su acompañamiento durante todo el proceso de este trabajo terminal.*

*Agradezco también a los comerciantes de la colonia San Rafael que accedieron a compartir sus experiencias y perspectivas, quienes con sus palabras y tiempo hicieron posible que esta investigación adquiriera sentido y profundidad.*

*A mis amigas, por ser esa red de apoyo y cariño indispensable en los momentos donde ni yo creía en mí misma y por recordarme que siempre hay luz, incluso en mis días más oscuros.*

*Y a cada persona que, de una u otra forma, me alentó a seguir y me dio palabras de ánimo: gracias por creer en mí y en este proyecto.*

## **Resumen**

Esta investigación analiza el proceso de gentrificación comercial en la colonia San Rafael, en la Ciudad de México, a partir de las percepciones de los comerciantes ya establecidos en la zona, recopiladas por entrevistas semiestructuradas a comerciantes de la zona, donde se busca comprender cómo experimentan y valoran los cambios sociales, físicos y económicos de la colonia.

La investigación parte del reconocimiento de que la transformación urbana en San Rafael, impulsada por inversiones públicas y privadas, ha generado un entorno más atractivo para sectores de clase media y alta, así como para residentes extranjeros. Este proceso ha provocado la llegada de nuevos consumidores, el aumento de la renta, el cambio en los giros de negocio y los cambios en el consumo. Sin embargo, a diferencia de otras zonas gentrificadas, en la San Rafael no se registra un desplazamiento generalizado de comerciantes, sino más bien procesos de adaptación.

Asimismo, la investigación realizada vislumbra una diferenciación en la percepción hacia distintos grupos sociales: mientras que la llegada de personas con mayor poder adquisitivo es vista como algo positivo, la presencia de migrantes centroamericanos es frecuentemente asociada a la competencia laboral o el deterioro del entorno, revelando formas sutiles de clasismo y xenofobia que también forman parte del paisaje urbano en transformación.

**Palabras Clave:** gentrificación; gentrificación comercial; transformación urbana; migración

# Índice

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción .....                                                                                                                       | 7  |
| Planteamiento del problema .....                                                                                                         | 7  |
| Preguntas de investigación.....                                                                                                          | 8  |
| Objetivos.....                                                                                                                           | 9  |
| Hipótesis.....                                                                                                                           | 9  |
| Capítulo 1 .....                                                                                                                         | 10 |
| Evolución del espacio urbano: Fundamentos históricos y conceptuales para<br>entender la gentrificación .....                             | 10 |
| 1.1 Trayectoria histórica y debate teórico en el estudio de las ciudades.....                                                            | 10 |
| 1.1.1 Orígenes históricos y debate teórico en el estudio de las ciudades .                                                               | 10 |
| 1.1.2 Gentrificación comercial: Emergencia de nuevos modelos<br>comerciales en las ciudades .....                                        | 11 |
| 1.1.3 Transformación urbana: Desplazamiento, exclusión y<br>reconfiguración del espacio urbano comercial.....                            | 13 |
| 1.1.4 Conclusión .....                                                                                                                   | 14 |
| 1.2 Perspectivas teóricas de la gentrificación: Enfoques y conceptos sobre la<br>transformación urbana.....                              | 15 |
| 1.2.1 Definición y elementos clave de la gentrificación: un análisis de sus<br>características sociales y urbanísticas .....             | 15 |
| 1.2.2 La gentrificación comercial: características y transformaciones en el<br>área urbana .....                                         | 17 |
| 1.2.3 Impactos de la gentrificación: la boutiquización y turistificación<br>como fenómenos de exclusión y reconfiguración espacial ..... | 19 |
| Conclusión .....                                                                                                                         | 20 |
| Metodología .....                                                                                                                        | 21 |
| Capítulo 2 .....                                                                                                                         | 23 |
| La transformación urbana como vía hacia la gentrificación comercial en la<br>colonia San Rafael .....                                    | 23 |
| 2.1 La transformación urbana como catalizador de la gentrificación<br>comercial.....                                                     | 23 |
| 2.1.1 El papel de la inversión pública y privada en la reconfiguración<br>urbana.....                                                    | 25 |
| 2.2 La revalorización del espacio público y su incidencia en el paisaje<br>comercial.....                                                | 28 |
| 2.4 Aceptación o resistencia ante la gentrificación comercial.....                                                                       | 39 |
| Capítulo 3 .....                                                                                                                         | 43 |

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| El impacto de la migración en el ecosistema comercial de la colonia San Rafael .....  | 43 |
| 3.1 Surgimiento de una nueva competencia: los migrantes en la colonia San Rafael..... | 44 |
| Conclusiones.....                                                                     | 50 |
| Referencias bibliográficas .....                                                      | 53 |

## **Introducción**

A lo largo de los años, la gentrificación ha presentado mutaciones en su definición, abandonando el referente clásico (la rehabilitación de barrios antiguos, céntricos y decadentes) para manifestarse y abarcar nuevos territorios, geografías y formas. A partir de ello, surge el término “gentrificación comercial”, el cual según Benach (2018) es un fenómeno al cual se le ha dedicado poca atención.

En la presente investigación se busca analizar el impacto de esta mutación de la gentrificación y los efectos que tiene en los comerciantes. Y cómo es que deben adaptarse a las dinámicas de gentrificación implementadas en su lugar de trabajo, o en algunos casos, son orillados a desplazarse de esta. Ya que, los estudios sobre gentrificación en México generalmente observan este fenómeno a escala urbana y económica, especializándose en sectores inmobiliarios, de vivienda y estadísticas poblacionales. Sin embargo, no debemos olvidar la relevancia que tienen los comerciantes en la economía mexicana y cómo estos han sido afectados y han buscado la supervivencia a este fenómeno que ha impactado fuertemente al país, y en específico a la Ciudad de México.

## **Planteamiento del problema**

En los últimos años, la colonia San Rafael, ubicada en la alcaldía Cuauhtémoc de la Ciudad de México, ha sido escenario de un proceso de transformación urbana acelerada que ha modificado profundamente su infraestructura, su dinámica social y, particularmente, su actividad comercial.

Y a través de inversiones tanto públicas como privadas, se han realizado obras de infraestructura, mejoramiento del espacio público y desarrollo de vivienda, lo que ha incrementado el atractivo de la zona para nuevos residentes y visitantes con mayor poder adquisitivo.

Este proceso ha dado lugar a un proceso denominado gentrificación comercial, es decir, la sustitución progresiva del comercio tradicional de barrio por negocios orientados a un perfil de consumo distinto, asociado a clases medias y altas.

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Cómo ha afectado la gentrificación en los negocios de la alcaldía Cuauhtémoc y cuáles son las medidas que han tenido que tomar los comerciantes para adaptarse a esta nueva forma de transformación urbana?
  - 1.1 ¿Qué características tienen los nuevos tipos de negocios en comparación con los antiguos comerciantes?
  - 1.2 ¿A qué público responden estos nuevos tipos de negocios?
  - 1.3 ¿Qué estrategias han implementado los comerciantes para sobrellevar la transformación urbana que trae consigo la gentrificación?
  - 1.4 ¿Qué consecuencias tiene para los comerciantes la llegada de la gentrificación a su lugar de trabajo?



## **Objetivos**

- a. Analizar las transformaciones que han experimentado los negocios en la alcaldía Cuauhtémoc a raíz de la gentrificación y cómo los comerciantes se han tenido que desplazar o adaptar a este nuevo tipo de transformación urbana.
- b. Indagar en las experiencias de los comerciantes a raíz de la gentrificación.
- c. Analizar la relación entre la gentrificación y la implementación de nuevos tipos de negocios.

## **Hipótesis**

La gentrificación en la alcaldía Cuauhtémoc ha tenido un impacto significativo en los negocios locales, incrementando los costos operativos y modificando la clientela, buscando nuevos nichos de mercado en la ciudad, lo que ha obligado a los comerciantes a adoptar nuevas estrategias, como la diversificación de sus productos y servicios, el uso de otro idioma además del español, la modernización de sus espacios comerciales y el uso de plataformas digitales, para mantenerse competitivos en un entorno urbano transformado.

## **Capítulo 1**

### **Evolución del espacio urbano: Fundamentos históricos y conceptuales para entender la gentrificación**

#### **1.1 Trayectoria histórica y debate teórico en el estudio de las ciudades**

Los estudios sobre las transformaciones urbanas bajo la visión de la gentrificación emergieron a partir de los años 60 y se han ido enriqueciendo y diversificado hasta el día de hoy. Estos estudios presentan transformaciones urbanas que suceden en diferentes lugares, pero en la misma escala local, sin embargo, no fue hasta los años 90, que estos aumentaron considerablemente.

##### **1.1.1 Orígenes históricos y debate teórico en el estudio de las ciudades**

El término gentrificación ha sido conceptualizado por distintos autores, sin embargo, la definición clásica (Hernández, 2016; Benach, 2018) es aportada por Ruth Glass, que entiende la gentrificación como la llegada de sectores de clase media a algunos barrios pobres obreros, lo que implica el aumento de los precios de vivienda, provocando el desplazamiento de los habitantes de menores ingresos (Neil Smith, 1996).

Sin embargo, una definición más elaborada es donde la gentrificación se entiende como un proceso que tiene lugar en los espacios urbanos, generando transformaciones de carácter económico, social y territorial en un determinado barrio. Los espacios sufren una re-significación, adquiriendo valor económico y simbólico a través del tiempo. Se orientan hacia nuevas actividades, entre las que destacan la residencial, artística, cultural y comercial. (Smith & Williams, 1986; Wyly & Hammel, 1999; Zukin, 1996; Schlack y Turnbull, 2011).

### **1.1.2 Gentrificación comercial: Emergencia de nuevos modelos comerciales en las ciudades**

Los estudios sobre gentrificación comercial son relativamente nuevos, sin embargo, en el libro *Gentrification* de Loreta Lees et al. (2008) proponen entender la gentrificación a partir de cuatro dimensiones: la inversión de capital, la llegada de personas de mayores ingresos económicos, el desplazamiento de población de bajos recursos y el cambio en las actividades comerciales. La última dimensión abriendo paso al estudio de las mutaciones comerciales que trae consigo la transformación urbana.

Además, Lees et al. (2008) mencionan que existe un fenómeno de boutiquización en la ciudad, haciendo alusión a la proliferación de boutiques y a la desaparición de tiendas y comercios de proximidad y Delgadillo (2010) explica la boutiquización como la invasión del pequeño comercio de lujo al

menudeo que sustituye la función habitacional de obreros y población de bajos ingresos.

Benach (2018) refiere que al principio ‘gentrificación’ sólo implicaba la mejora de casas viejas de algunas zonas de los centros urbanos, pero pronto se observó también la sustitución de las propiedades comerciales y se empezó a hablar de ‘gentrificación comercial’, fenómeno al cual se ha dedicado relativamente poca atención.

Según Hernández (2016) la gentrificación comercial ha sido estudiada en dos ámbitos espaciales: los barrios gentrificados y los mercados municipales. Respecto al primer tema, se ha enfocado desde diferentes perspectivas y contextos (Massey, 2005; Zukin et al., 2009), poniendo énfasis en la forma en la que en ciertos barrios de las ciudades se instituyen nuevas tipologías comerciales que contribuyen a producir un capital económico que las sitúa en la escena global, pero también un capital simbólico como elementos de autenticidad. En cuanto al segundo tema, se han llevado a cabo estudios (González y Waley, 2013) que demuestran la forma en que los mercados son representados como sitios deteriorados, salvajes y sucios, justificando su revalorización económica y simbólica.

González y Dawson (2018) definen la gentrificación comercial como “el proceso por el cual el comercio que sirve (entre otros) a una población de bajos ingresos se transforma/reemplaza en/por un tipo de venta al por menor

dirigido a las personas más ricas. Desde un ángulo diferente, también podemos verlo como el aumento de los alquileres comerciales que empuja a los comerciantes [y minoristas] a aumentar el precio de sus productos, cambiar de producto o cambiar de ubicación”. (parafrasear)

### **1.1.3 Transformación urbana: Desplazamiento, exclusión y reconfiguración del espacio urbano comercial**

Zukin et al. (2009) analizan cómo el surgimiento de boutiques y negocios exclusivos está vinculado al proceso de gentrificación en barrios de Nueva York. Argumentan que el capital comercial minorista desempeña un papel central en la transformación urbana, atrayendo a residentes de mayor poder adquisitivo y cambiando la dinámica social y económica de los vecindarios.

El estudio destaca cómo las boutiques no solo reflejan el cambio demográfico, sino que también lo impulsan, reconfigurando la identidad cultural de los barrios y desplazando negocios tradicionales. Asimismo, examina el papel de las políticas urbanas y las inversiones privadas que facilitan estos cambios. (desarrollar que entienden los autores las políticas urbanas)

Gonzalez y Waley (2012) abordan el papel de los mercados tradicionales como espacios que están siendo transformados por procesos de gentrificación,

destacando las tensiones entre su función histórica como centros comunitarios y su reconfiguración como puntos de consumo exclusivos.

Hidalgo (2020) analiza cómo la gentrificación comercial se manifiesta en una ciudad marcada por la diversidad cultural y socioeconómica, explorando los efectos del fenómeno en los barrios centrales y periféricos de Santiago.

La investigación de Hidalgo (2020) observa una sustitución de comercios tradicionales por establecimientos orientados a consumidores de mayor poder adquisitivo, como cafeterías, boutiques y restaurantes gourmet. Este cambio responde a la demanda de nuevos residentes y turistas, modificando la oferta comercial existente. También, menciona que la llegada de inmigrantes de diversas nacionalidades ha enriquecido la oferta comercial con productos y servicios propios de sus culturas. Sin embargo, este fenómeno también ha generado competencia y tensiones con los comerciantes locales, quienes enfrentan desafíos para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado. Y finalmente menciona que el aumento en los costos de renta y la presión del mercado han llevado al cierre de negocios tradicionales, afectando la identidad cultural y la cohesión social de los barrios. Los comerciantes locales, con recursos limitados, encuentran dificultades para competir con las nuevas inversiones y adaptarse a las demandas cambiantes.

#### **1.1.4 Conclusión**

La gentrificación comercial no solo es un reflejo de las transformaciones económicas y culturales en las ciudades actuales, sino también un catalizador de desigualdades sociales y urbanas. Su estudio es crucial para comprender cómo interactúan las dinámicas de mercado, las políticas públicas y las necesidades de los habitantes y comerciantes.

Y aunque se ha avanzado en el entendimiento de la gentrificación comercial, concepto que, como ha mostrado Rojo (2016), ha tenido un abordaje menor en los estudios urbanos y del estudio de la gentrificación, aún persisten áreas poco exploradas como las dimensiones personales y subjetivas, que se presentan en las experiencias de los comerciantes y residentes desplazados y cuáles son las estrategias de adaptación que adoptan dicho sector de la población.

## **1.2 Perspectivas teóricas de la gentrificación: Enfoques y conceptos sobre la transformación urbana.**

### **1.2.1 Definición y elementos clave de la gentrificación: un análisis de sus características sociales y urbanísticas**

Desde la década de los 60, la gentrificación se ha convertido en un término muy utilizado en los estudios sociales, urbanos y geográficos. Según diversos autores (Hernández, 2016; Benach, 2018), la definición clásica de gentrificación es aportada por Ruth Glass (1964), para referirse al cambio

residencial de la población de clase media a las antiguas áreas de clase baja u obrera, lo que provocaba el aumento de los precios de la vivienda, provocando el desplazamiento de los habitantes de menores ingresos (Smith, 1996).

Sin embargo, en el medio siglo transcurrido desde que Glass escribió estas palabras se ha desarrollado una enorme literatura académica (Wyly, 2022; Osman 2022) y se cuestiona si este debería limitarse solo a la rehabilitación y reutilización adaptativa de edificios antiguos o ampliarse para incluir otros tipos de desarrollo. (Osman, 2022).

Sharon Wyly define la gentrificación como una transformación de los barrios del centro de la ciudad, donde los residentes pobres y de clase trabajadora son reemplazados o desplazados por residentes de clase media o alta, a través de los efectos combinados de cambios sociales más amplios que alteran los significados socioculturales de la vida urbana, y la economía del mercado de la tierra que puede hacer que la reinversión en distritos del centro de la ciudad "degradados" sea extremadamente rentable (Wyly, 2022).

Por otra parte, Eric Clark define gentrificación como la reestructuración espacial de un área urbana mediante la inyección de capital fijo en mercado inmobiliario y de infraestructura orientada al reemplazo de usuarios de ingresos medio-bajos por usuarios de poder económico superior, en un contexto de mercantilización del suelo (Clark, 2005).



Estas dos definiciones, son un reflejo de los amplios debates que existen en la literatura sobre la gentrificación, y generan diferentes posturas respecto a esta actual tendencia de transformación urbana.

Según Wyly (2022), Glass documenta la intensificación de la competencia en la vida urbana, y deja claro que las "invasiones" de lujo no son de ninguna manera naturales, pero son inevitables dadas ciertas teorías y decisiones. El problema radica en que la esencia de la gentrificación es la evolución urbana de la competencia humana.

### **1.2.2 La gentrificación comercial: características y transformaciones en el área urbana**

Según Loreta Lees et al (2008), existen cuatro dimensiones para entender la gentrificación: la inversión de capital, la llegada de personas de mayores ingresos económicos, el desplazamiento de población de bajos recursos y el cambio en las actividades comerciales. Y de esta última, surge el tema principal de esta investigación.

Las relaciones entre gentrificación y consumo han sido estudiadas por varios autores, principalmente desde el ámbito anglosajón (Hernández, 2016). Zukin (2009), menciona que desde la década de 1970, ciertos tipos de restaurantes, cafés y tiendas de lujo han surgido como signos muy visibles de gentrificación en ciudades de todo el mundo. Además, muestra en uno de sus estudios que la proporción de boutiques, incluidas las que son propiedad de

pequeñas cadenas locales, ha aumentado drásticamente, mientras que la proporción del capital corporativo (grandes cadenas de tiendas) ha aumentado algo, y la participación de las tiendas y servicios locales tradicionales ha disminuido considerablemente.

En la misma línea, Joanne Massey (2005) señala que esta se expresa a través de la aparición de locales de diseñadores exclusivos y tiendas de productos caros. Y Delgadillo (2010) menciona que existe un fenómeno de *boutiquización* en la ciudad, haciendo alusión a la proliferación de *boutiques* y a la desaparición de tiendas y comercios de proximidad que cubrían necesidades barriales.

Otros autores refieren que la gentrificación comercial ocurre cuando los nuevos empresarios minoristas pueden sentirse atraídos por un vecindario con una población cambiante y más ingresos disponibles, aprovechando una oportunidad "económica". Además, pueden pertenecer a la nueva población y compartir sus necesidades: representan los intereses de una comunidad "cultural". Los nuevos emprendedores minoristas también pueden ser, en cierto sentido, emprendedores "sociales". Al abrir nuevos lugares de sociabilidad donde los nuevos residentes se sienten cómodos, ayudan a crear la comunidad geográfica emergente (Lloyd, 2006; Parche, 2008).

De esta forma, las transformaciones comerciales que trae consigo la gentrificación, ya no se miran como una consecuencia de lo que denominan

gentrificación residencial, sino que son procesos vinculados y que se complementan entre sí.

### **1.2.3 Impactos de la gentrificación: la boutiquización y turistificación como fenómenos de exclusión y reconfiguración espacial**

Dentro de la gentrificación comercial, predominan los términos boutiquización y turistificación, y ayudan a una mejor comprensión de los procesos de transformación urbana que presentan las ciudades.

La boutiquización se refiere al proceso por el cual el paisaje comercial de un área urbana cambia, reemplazando los negocios tradicionales por tiendas boutique, cafeterías exclusivas, galerías de arte y otros establecimientos orientados a un público de mayor poder adquisitivo. Este término captura una dimensión estética y simbólica de la gentrificación, enfatizando cómo el comercio se transforma para satisfacer las preferencias de consumidores de élite, mientras desplaza a los negocios locales más accesibles económicamente (Lees, 2008; Delgadillo, 2010; Zukin, 2009).

Si una gran parte de las tiendas y cafés representan a los nuevos empresarios cosmopolitas en lugar de la vieja capital minorista local, los visitantes, los residentes y, lo que es más importante, los medios de comunicación ven el vecindario como cambiante y próspero (Zukin, 2009).

Por otra parte, la turistificación se define como la transformación de barrios en enclaves destinados fundamental o exclusivamente para turistas, a menudo con una oferta de entretenimiento corporativo. La vivienda obrera o popular se sustituye por alojamientos, restaurantes, tiendas y otros servicios para el consumo del turista (Delgadillo, 2010). Y Benach (2018) destaca el uso del turismo como estrategia de regeneración urbana por parte de los gobiernos, y conduce a la gentrificación a través de la entrada masiva de flujos de capital en el mercado inmobiliario.

### **Conclusión**

Entender el concepto de gentrificación, es importante no solo para estudiar sus efectos, sino para realizar un análisis multidimensional de cómo esta transformación urbana se vincula y complementa entre sí desde el ámbito inmobiliario, hasta lo comercial. Y utilizar los conceptos de boutiquización y turistificación nos ayudan a comprender e identificar cuáles son los cambios urbanos que ha traído consigo la gentrificación comercial, ya que ilustran la tendencia hacia la “exclusividad” y la orientación al turismo en detrimento de la diversidad y autenticidad local. Además de permitir identificar tanto las oportunidades como los desafíos asociados a la gentrificación comercial y observar el debate que existe entre ellas.

## **Metodología**

El presente trabajo combina técnicas de investigación con la finalidad de comprender los efectos de la transformación urbana y la gentrificación comercial de la colonia San Rafael. Se recurrió a entrevistas semiestructuradas, ya que permiten acercarse a las percepciones de los comerciantes en relación con el proceso de gentrificación. Se realizaron 7 entrevistas a comerciantes de la colonia con diferentes tipos de negocios; lavandería, pulquería, juguería, ambulante, lonchería, salón de belleza, y papelería.

Además, se realizó una breve encuesta dirigida a los consumidores, para conocer su percepción sobre los cambios en los precios de productos y servicios, así como su opinión sobre la llegada de nuevos residentes, y por ende nuevos comercios a la zona.

También, para complementar la información brindada por los comerciantes y consumidores se realizó observación directa en distintos puntos de la colonia, para analizar los cambios en el paisaje comercial y urbano, como la transformación estética y el diseño de los nuevos comercios, las modificaciones en el uso del espacio público y la renovación de infraestructura. La observación se llevó a cabo en diferentes días y horarios y se tomaron notas de campo y en algunos casos, fotografías para complementar el análisis.

Sin embargo, durante el proceso de recolección de datos, se presentaron diversas dificultades que influyeron en el análisis e interpretación de datos. Uno de los principales desafíos fue la resistencia de algunos comerciantes a participar en las entrevistas, ya que existía desconfianza al respecto de la entrevista. Además, los comerciantes al estar enfocados en atender sus negocios, en todas las ocasiones no tenían el suficiente tiempo para responder una entrevista a profundidad, que era el principal objetivo de las entrevistas. En algunos casos las entrevistas tuvieron que interrumpirse o limitarse a respuestas breves, lo que resultó en una menor profundidad de los testimonios.

## **Capítulo 2**

### **La transformación urbana como vía hacia la gentrificación comercial en la colonia San Rafael**

Como ya hemos visto, la gentrificación, y en este caso la gentrificación comercial, es un fenómeno urbano que ha cobrado gran relevancia en el estudio de las ciudades por todo el mundo. En la Ciudad de México, particularmente la colonia San Rafael es un sitio característico de este proceso, donde la transformación urbana se ha convertido en un catalizador para la llegada de nuevos residentes y por ende, nuevos comercios, lo que causa la reconfiguración del entorno social y comercial.

Este capítulo explorará cómo los cambios en la infraestructura, las políticas de desarrollo urbano y la atracción de nuevos capitales han impulsado la gentrificación comercial en la colonia San Rafael. A través del análisis de estos factores, se examinará la manera en que la transformación del espacio público, la rehabilitación de edificaciones y la promoción de una nueva identidad barrial han impactado en el tejido comercial, generando oportunidades y desafíos para los comerciantes y habitantes de la zona.

#### **2.1 La transformación urbana como catalizador de la gentrificación comercial**

El proceso de gentrificación que ha surgido en la colonia San Rafael es solo uno de los efectos de la transformación urbana que se ha dado en la colonia. Según Smith (1996) la transformación urbana implica un proceso de reconfiguración física, económica y social del espacio urbano, donde la renovación de áreas deterioradas comúnmente da paso a nuevas dinámicas de consumo, exclusión y desplazamiento. Y como hemos visto, estos son factores que intervienen en una zona gentrificada.

En el caso específico de la San Rafael, la transformación urbana ha estado marcada por una serie de intervenciones tanto públicas como privadas que han reconfigurado el paisaje barrial. La renovación de la infraestructura vial, la restauración de inmuebles antiguos y la promoción de desarrollos inmobiliarios de media y alta densidad han contribuido a un proceso de valorización del suelo que favorece la llegada de nuevos actores con mayor poder adquisitivo.

Según Vergara et.al. (2016) “la transformación urbana de los centros urbanos degradados va acompañada a menudo de procesos de gentrificación”, lo que genera una revalorización del espacio comercial, que propicia el establecimiento de negocios orientados a un perfil de consumidor diferente al ya establecido.

En este sentido, la colonia San Rafael ha experimentado un progresivo aburguesamiento no solo en su perfil residencial, sino también en sus



dinámicas comerciales. La llegada de nuevos comercios a la zona, como boutiques, cafés, restaurantes gourmet, espacios culturales, dirigidos a sectores de la población de clase media y alta es una manifestación clara de este cambio.

Además, se entiende la gentrificación como un aburguesamiento de los residentes y usuarios de un enclave, que responde a la lógica del mercado de suelo (Díaz, 2016). Es decir, que este fenómeno no es meramente estético ni cultural, sino profundamente económico e implica un desplazamiento simbólico y material de quienes no pueden sostener el aumento de costos asociados a la nueva oferta urbana. En el caso de la San Rafael, este proceso ha estado mediado por la promoción institucional de la renovación urbana y la inversión privada, que han incentivado la renovación del entorno construido sin necesariamente garantizar mecanismos de permanencia para los habitantes y comerciantes originales. Así, la gentrificación comercial en esta colonia se presenta como una consecuencia directa de la transformación urbana orientada por intereses de mercado, en detrimento de las dinámicas económicas locales tradicionales.

### **2.1.1 El papel de la inversión pública y privada en la reconfiguración urbana**

Para entender el proceso de transformación urbana en la colonia San Rafael, es importante considerar el papel central que ha desempeñado la

inversión pública y privada. En donde dentro de la reconfiguración urbana se responde a una cuestión donde el Estado, lejos de ser un actor neutral, actúa como facilitador de los procesos de revalorización social, económica y cultural.

Según Díaz (2016), la revalorización es un movimiento estratégico, cargado de significados políticos e intereses económicos. Y si bien los agentes que intervienen en la revalorización de las áreas centrales de la ciudad son varios, afirma que el protagonismo inicial de este giro recae sobre la inversión pública.

Además, esta reconfiguración responde a una lógica neoliberal de urbanismo en la que el espacio se convierte en una mercancía estratégica dentro del mercado inmobiliario (Harvey, 2003). Bajo esta lógica, las ciudades se planifican para atraer capital y generar rentabilidad, incluso a costa de desplazar o marginar a quienes no se ajustan a las nuevas condiciones impuestas por el mercado.

Por otra parte, Janoschka (2013) afirma que los planes de renovación urbana o de planificación estratégica liderados por gobiernos centrales han acompañado el proceso, en ocasiones de forma encubierta, ya que en algunos casos el proceso de dinamización económica de territorios degradados con potencial turístico se ha materializado a través de la mejora de la

infraestructura pública y/o a través de subsidios directos a nuevos comercios (Vergara, et.al., 2016:127).

En América Latina, este fenómeno se expresa en procesos de "recuperación urbana" promovidos por el Estado, los cuales, aunque se presentan como estrategias de mejora del hábitat, a menudo operan como mecanismos que habilitan la llegada de capital privado y favorecen la gentrificación (Janoschka y Sequera, 2014). El caso de la San Rafael no es la excepción: desde mediados de la década de 2010, distintos proyectos de renovación urbana impulsados por la delegación Cuauhtémoc y el Gobierno de la Ciudad de México —como la mejora de calles, banquetas, iluminación pública, instalación de mobiliario urbano y rehabilitación de espacios patrimoniales— han redefinido las condiciones de habitabilidad y atractivo de la zona.

Además, estos programas de inversión pública no solo modifican el paisaje urbano, sino que también sirven como una forma de mantener el control social -comercio informal, seguridad y diversas intervenciones de espacios públicos- en los centros históricos y zonas aledañas y “recuperar” o “rescatar” el patrimonio histórico, junto a intervenciones directas del gobierno, que estimulan la inversión privada en las áreas centrales de las ciudades (Arreortua, 2013: 287).

Es por ello, que la colonia San Rafael, ubicada estratégicamente entre avenidas importantes como Insurgentes, Reforma y Circuito Interior, se convirtió en un territorio de oportunidad para desarrolladores inmobiliarios y empresarios del sector terciario. Así, comenzaron a proliferar proyectos de vivienda de nivel medio y medio-alto, así como restaurantes gourmet, cafeterías, estudios, galerías de arte y tiendas boutique. Y esta nueva oferta comercial responde a una demanda de consumidores de mayores ingresos, que no necesariamente viven en la colonia, pero que la han convertido en un destino de consumo y recreación.

La transformación urbana impulsada por capital público y privado también redefine los significados del barrio: cambia el tipo de consumo, los paisajes, las actividades, e incluso los usos del espacio público. Este nuevo paisaje urbano no solo es más caro, sino también más excluyente. Como señala Díaz (2016), la gentrificación no es simplemente una mejora del entorno, sino un proceso de sustitución social que responde a la lógica del mercado de suelo y a intereses que no siempre consideran la historia y necesidades de quienes ya habitan el territorio.

## **2.2 La revalorización del espacio público y su incidencia en el paisaje comercial**

En los últimos años, la colonia San Rafael ha experimentado una transformación significativa en su paisaje social y comercial. De ser una zona

con negocios tradicionales como misceláneas, fondas, tortillerías y talleres mecánicos, ha cambiado a un espacio con una creciente presencia de nuevos negocios, como cafeterías, restaurantes gourmet, galerías de arte y lavanderías. Y este cambio está relacionado con la transformación urbana que hay en la zona, y la inyección de capital que trae consigo, por lo que ha surgido atracción hacia la colonia y llegado nuevos residentes con mayor poder adquisitivo.

Ahora bien, con el fin de contextualizar los testimonios recabados de las entrevistas semiestructuradas realizadas, y poder comprender mejor las condiciones en las que operan los negocios entrevistados, se elaboró una tabla que resume los principales perfiles de los establecimientos comerciales seleccionados.

| Giro comercial                | Antigüedad del negocio | Tipo de comercio | Puesto    | Percepción ante la gentrificación |
|-------------------------------|------------------------|------------------|-----------|-----------------------------------|
| Lavandería                    | 70 años                | Fijo             | Encargada | Neutral                           |
| Papelería                     | 1 año                  | Fijo             | Dueña     | Positiva                          |
| Jugos naturales               | 45 años                | Semifijo         | Dueño     | Positiva                          |
| Lonchería                     | 3 años                 | Fijo             | Dueña     | Negativa                          |
| Venta de gomitas y confitería | 32 años                | Ambulante        | Dueño     | Positiva                          |

|                  |          |      |           |          |
|------------------|----------|------|-----------|----------|
| Salón de belleza | 1.5 años | Fijo | Dueña     | Positiva |
| Pulquería        | 10 años  | Fijo | Encargada | Positiva |

Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra que los negocios entrevistados presentan una diversidad tanto en su giro comercial, como en su tipo de negocio y antigüedad, lo que permite observar y analizar los diferentes niveles de apego que se tienen a la colonia.

Además, todos los negocios pagan renta, y esto se ve reflejado en la percepción que tienen sobre el aumento de renta que hay en la zona. Por ejemplo, en el caso de la Lonchería, que es un negocio relativamente nuevo, la persona entrevistada menciona que tenían otro negocio en otro lugar “más gentrificado” y cerraron por el aumento de renta. Por lo que decidieron poner su negocio en la colonia san Rafael, ya que esta no está “tan” gentrificada.

*Quizá porque las rentas están más factibles en esta zona que no está tan gentrificada que en Roma, Condesa, la Anzures. Ya me parecen muy gentrificado lo de allá.*

También, es importante resaltar que, de los 7 negocios entrevistados, sólo dos tenían una idea clara de lo que es la gentrificación, y mencionan que hay otras colonias “más gentrificadas”.

Otro elemento importante que se abordó en las entrevistas fue la cuestión del desplazamiento o exclusión de los comerciantes antiguos. Una de las percepciones recurrentes entre los entrevistados es la constatación de cambios en el paisaje comercial de la colonia San Rafael, especialmente a partir de la pandemia de COVID-19. Como lo menciona una comerciante: *“pues sí algunos, más en pandemia muchos negocios cerraron y llegaron otros, pero así que conozca bien, no”*.

Tanto esta afirmación como la de las colonias “más gentrificadas”, revela un proceso de reemplazo y desplazamiento de negocios, pero sin una identificación clara o personal de parte de los comerciantes entrevistados hacia los comercios desplazados.

Además, la idea de que “llegaron otros” sugiere que en efecto sí hubo una entrada de nuevos actores económicos tras el cierre de negocios, lo que se alinea con los procesos típicos de gentrificación comercial, en los que el recambio del tejido económico ocurre de manera gradual y silenciosa, muchas veces sin generar conflicto abierto.

Otro comerciante dice, desde esa misma perspectiva: *“Sí, algunos negocios han cerrado y han sido reemplazados por franquicias”*. Aquí la naturaleza de estos negocios recién llegados que ocupan el lugar de los anteriores está definida más específicamente por propuestas comerciales más homogéneas, que obedecen a lógicas de mercado diferentes y representan la

inyección de capital en la zona, en comparación con esos negocios tradicionales.

Este tipo de cambios refleja una reconfiguración del entorno económico local, donde la imagen y el consumo juegan un papel importante en atraer a un público distinto, usualmente con mayor poder adquisitivo.

Sin embargo, pese a estas transformaciones, en las entrevistas no se registra un desplazamiento directamente experimentado por los comerciantes entrevistados. En contraste con lo que sucede en otras investigaciones sobre gentrificación que han sido documentadas, donde el comerciante es desalojado de los locales por razones de aumento de la renta o presión inmobiliaria, en la San Rafael los entrevistados consideran el fenómeno como algo que *"les pasó a otros"* o incluso como parte de una consecuencia de la pandemia.

Otro factor relevante en la transformación del paisaje es la renovación urbana que ha tenido la colonia. Durante las entrevistas, fue evidente que muchos comerciantes no solo viven los cambios comerciales, sino que también las transformaciones del espacio público, como las banquetas, el alumbrado y edificios.

Los entrevistados coinciden en señalar que estos cambios no son del todo recientes, y que se aceleraron a partir del sismo del 2017, cuando llegaron



nuevos residentes que fueron afectados por el sismo en otras zonas de la ciudad.

*“sí se notó que estaba cambiando la colonia, pero me parece que fue a partir del sismo del 17 que mucha gente de otras colonias vino a vivir acá y por eso empezó a crecer [...]creo que fue porque las rentas disminuyeron”*

Esta percepción sitúa la transformación urbana no solo en términos de inversión o renovación, sino también como una consecuencia de eventos traumáticos que redibujaron la ciudad.

También, otro entrevistado que lleva 45 años trabajando en la colonia, menciona el sismo del 85, asociándolo como una etapa de deterioro y abandono de la colonia: *“hubo mucho cambio. Se cayeron edificios, mucha gente se cambió de acá, negocios que cerraron”*. Esto permite ver otro lado de la transformación urbana en la colonia, que también surge de un proceso más largo de cambios y adaptación de los habitantes, ya sea por crisis, abandono o renovación del territorio.

Por otro lado, hoy en día, muchos notan como un efecto de la transformación urbana y la gentrificación, el embellecimiento del espacio urbano.

*“sí, han arreglado banquetas y puesto luces  
nuevas”*

*“han remodelado calles y puesto más alumbrado”*

Esta mejora en la infraestructura la relacionan con un ambiente más seguro y con la llegada de nuevos habitantes. Uno de ellos menciona en relación con los nuevos residentes que llegan a la colonia:

*“yo creo que es bueno porque al final ellos nos compran y hacen que las calles y la zona en general se vea más bonita”.*

Esta afirmación refleja una actitud positiva frente al cambio, al menos desde la perspectiva de quienes han podido mantenerse en su lugar y aprovechar las nuevas dinámicas de consumo.

Sin embargo, también aparecen matices importantes. Una entrevistada menciona:

*“definitivamente está mucho más tranquilo. Porque hace unos años, quizá sí era un poco más peligroso y ya por la situación de la gentrificación, hasta la seguridad ha aumentado [...] La verdad yo no lo veo tan mal, pero bueno, que tal estoy en el dado caso de que yo no pago renta. Eso yo sé también que es una diferencia muy grande. Yo donde estoy es casa propia. Entonces yo sé que eso ya es estar del otro lado”*

Este testimonio deja ver la forma en que se experimenta la transformación depende mucho de la situación económica de cada uno. Tener propiedad o no, o poder seguir trabajando sin presiones de pagar renta, son factores que influyen en cómo se valora la transformación de la colonia.

La misma entrevistada también menciona:

*“la gentrificación, lejos de verla mal, ha sido como buena, en cuanto zona, el mercantil se ha levantado, transporte... si también yo no sé si sea por eso o el gobierno se ha puesto las pilas, pero también en cuanto a alumbrado, los baches, llamadas a la policía. Digo yo no he tenido necesidad hasta ahora, pero yo he visto que tanto los botones de pánico como el 911 llegan rápido.”*

Este testimonio también refleja que la percepción sobre la gentrificación no siempre se asocia únicamente con desplazamiento o exclusión, sino también con ciertos beneficios inmediatos y tangibles, como calles en mejor estado, más alumbrado público, mejoras en la movilidad y, sobre todo, una mayor sensación de seguridad.

Por otro lado, con la llegada de nuevos residentes, la demanda comercial comenzó a cambiar. Surgió la preferencia por opciones gastronómicas más sofisticadas, espacios de trabajo compartidos y propuestas culturales alternativas ha generado una oleada de nuevos establecimientos que buscan responder a estas necesidades. En consecuencia, han surgido negocios con diseño minimalista, gourmet, e independiente.

Además, el espacio público también se ha ido modificando, algunos comercios cuentan con terrazas al aire libre, mobiliario urbano renovado,

mejoramiento de la infraestructura y una mayor afluencia de visitantes extranjeros.

Dentro de la observación, se encontró que varios negocios que cumplen con una estética minimalista, es decir que predominan los diseños con líneas limpias y colores neutros, además que son fachadas que respetan la arquitectura histórica y utilizan materiales como la madera, que da una percepción de “lujo”. También son negocios que combinan su giro de negocio con la venta de artesanías, cafeterías y galerías de arte.

Por ejemplo, una tortillería llamada “Nahl”, donde se puede observar una estética minimalista y neutra, además de vender tortillas de maíz, también ofrecen tortillas de maíz con espinaca, tostadas de maíz azul con ajonjolí, entre una gran variedad de productos “gourmet”, también ofrecen artesanías. En comparación, con una tortillería a unas cuantas cuadras, que cumple con el diseño tradicional de una tortillería mexicana. Este modelo de negocio refleja cómo la oferta comercial se ha diversificado, pero también cómo ciertos productos básicos han sido revalorizados bajo una nueva lógica de consumo que prioriza la presentación y la exclusividad.



Fotografía: Google



Fotografía: Google

Por otro lado, medida que la San Rafael se ha convertido en un punto de interés para nuevos inversionistas y emprendedores, como ya se mencionó, el espacio público también ha experimentado cambios significativos y si bien esto ha mejorado la apariencia general de la colonia, también ha generado dinámicas de exclusión, ya que muchas de estas modificaciones están orientadas a quienes pueden costear el consumo en estos nuevos espacios.

En la encuesta realizada a los consumidores, se evidencia uno de los efectos más evidentes de la gentrificación comercial, que es el encarecimiento de los bienes y servicios. Hace unos años, el comercio en la colonia estaba orientado a una vida barrial, con precios accesibles y productos dirigidos a habitantes locales. Sin embargo, con la llegada de nuevos residentes, y por ende de nuevos negocios enfocados a un público de mayor poder adquisitivo, los precios han aumentado significativamente, afectando la capacidad de consumo de los habitantes y visitantes de la colonia.

Un encuestado expresa:

*“Sí, ya que antes eran negocios más locales, más pequeños, por lo que los precios eran justos y razonables. En cuestión de comida había comida corrida, tacos, ahora hay negocios de pizzas, cafés y demás, más caros, por supuesto”*

La proliferación de nuevos comercios, aunque ha diversificado la oferta comercial, también ha generado una segmentación en el consumo, es decir, que los precios ya no están pensados para el público local, sino que ahora van dirigidos para los nuevos residentes o para quien pueda pagarlo.

Otro encuestado menciona:

*“Los precios de los productos son más altos porque están pensados para un público diferente y no tanto local”*

Esto sugiere que el fenómeno de la gentrificación también ha generado una brecha económica entre los mismos residentes, ya que ahora no pueden costear sus compras sin dificultad, ya que cada año el dinero rinde menos.

Como lo menciona otro encuestado:

*“Pues sí, cada año mi billete de 200 me alcanza para menos cosas”*

Si bien, la llegada de nuevos negocios ha dinamizado la economía local, la gentrificación comercial implica que los barrios se transfiguran y adquieran

nuevas fisonomías estéticas y sociales, implicando que se imponga la lógica mercantil sobre el beneficio común (Hernández, 2016). Por lo tanto, vecinos antiguos y de bajos recursos de la colonia viven la transformación urbana como un despojo debido a que se ven imposibilitados a seguir con la cotidianidad y el estilo de vida que la colonia ha adoptado.

## **2.4 Aceptación o resistencia ante la gentrificación comercial**

Como ya hemos visto, la transformación urbana que tuvo lugar en la colonia San Rafael, no solo ha reconfigurado el espacio físico y las dinámicas sociales y económicas, sino que además ha generado una variedad de respuestas entre los residentes de la zona, en particular entre los comerciantes. Ya que estos se han enfrentado a una nueva lógica de consumo, el aumento del valor de la renta y la llegada de nuevos negocios dirigidos a sectores de la población de mayores ingresos.

Si bien, gran parte de los estudios sobre gentrificación subrayan los procesos de desplazamiento y exclusión que esta trae consigo, también existen actores que encuentran este proceso como una oportunidad. En el caso de la colonia San Rafael, como ya hemos visto, la mayoría de los comerciantes entrevistados, perciben la llegada de los nuevos residentes como algo positivo para su negocio.

Desde esta perspectiva la gentrificación comercial no es vista únicamente como una consecuencia negativa de la transformación urbana, sino también como un fenómeno que puede llegar a dinamizar la economía local al introducir nuevos flujos de consumo y diversificación de los consumidores. La mejora en infraestructura, espacios públicos, el incremento de la seguridad, el aumento del tránsito peatonal y vehicular, son algunos de los factores que contribuyen a la renovación del barrio y a la revalorización de ciertos comercios de la zona.

Por ejemplo, algunos comerciantes coinciden que a pesar de que otros negocios pueden ofrecer precios más bajos, sus clientes regresan por la atención, la costumbre y la confianza. Esa fidelidad habla de un vínculo más profundo que solo el precio, como en el caso de la Lavandería, que lleva 70 años brindando servicio y admite que a pesar de dar precios más caros que los que ofrece la competencia, los clientes siempre regresan.

Sin embargo, también expresan que, si perciben ciertas tensiones entre los antiguos y nuevos residentes, pero que no necesariamente generan conflictos. Como la brecha generacional que existe entre los antiguos y nuevos residentes, y la gran presencia de turistas en la zona, pero estos al final terminan siendo aceptados porque compran y consumen en sus negocios.

Otro resultado significativo de las entrevistas es que la mayoría de los comerciantes entrevistados no percibe a los extranjeros como una amenaza,



sino como personas que vienen a aportar o que están de paso. Como lo expresa el siguiente entrevistado:

*“porque ellos van de paso. Vienen de vacaciones. Yo he visto que vienen como vacacionistas y ellos casi por lo regular vienen para generar una empresa, más no a quitar trabajo. O sino nada más vienen de paso, porque son turistas”*

Contrario a lo que se podría pensar desde una mirada más crítica de la gentrificación, en la colonia San Rafael no siempre son vistos como una amenaza directa. Para varios de los entrevistados, estas personas “vienen de paso”, están de vacaciones, o incluso llegan con la intención de generar proyectos propios, pero no necesariamente para competir con los negocios locales ni para quitar su trabajo.

Otra entrevistada menciona:

*“bueno, yo creo que es buena -la gentrificación- porque al final ellos nos compran y hacen que las calles y la zona en general se vea más bonita. yo he visto que sí, aquí ha habido mucho aumento [...] de nuevos departamentos y lugares para vivir y eso atrae a otro tipo de gente, ¿no?”*

En lugar de ver a los recién llegados como responsables del desplazamiento o el encarecimiento, se les percibe como visitantes transitorios o emprendedores que forman parte del nuevo paisaje urbano, sin

representar un riesgo directo para quienes llevan años trabajando en la colonia. En este sentido, su llegada se acepta bajo la lógica de que mientras consuman o traigan inversión, no afectan negativamente a los negocios establecidos.

Si bien, los testimonios recopilados de los comerciantes de la colonia San Rafael, muestran una diversidad de experiencias frente a los cambios derivados del proceso de transformación urbana y gentrificación comercial.

Sin embargo, no todo es tan sencillo. Aunque varios comerciantes reconocen que la colonia ha mejorado y que esto representa un beneficio para su negocio, también son conscientes que estos cambios traen consigo riesgos importantes, como el aumento de la renta, la llegada de más competencia y el desplazamiento de comerciantes y habitantes de la zona.

Además, el hecho de que acepten la gentrificación no significa que estén completamente de acuerdo con ella -cuando no todos conocen lo que implica- sino que han tenido que adaptarse a un proceso globalizado. Es más una forma de responder de manera práctica a una realidad que ya está ocurriendo, en este sentido, la aceptación parece ser más bien una estrategia para seguir resistiendo dentro del nuevo panorama urbano en constante transformación.

## **Capítulo 3**

### **El impacto de la migración en el ecosistema comercial de la colonia San Rafael**

En contraste con lo ya mencionado, se ha revisado que la colonia San Rafael ha sido testigo de múltiples transformaciones a lo largo de su historia. Y entre sus cambios más recientes destaca, además de la gentrificación, la llegada de los migrantes, principalmente de Centroamérica y Sudamérica, quienes han encontrado en sus calles un refugio para vivir, emprender y en ciertas ocasiones reconstruir sus vidas. Sin embargo, este fenómeno también ha generado una reconfiguración en la dinámica comercial y la percepción de sus comerciantes. Estos dos fenómenos, aunque son muy diferentes, convergen en este mismo territorio, lo que genera cierta tensión entre la modernización y transformación impulsada por la gentrificación comercial y la subsistencia de los grupos migrantes.

En este capítulo, exploraremos cómo la presencia de nuevas comunidades migrantes ha influido en las dinámicas comerciales de los antiguos comerciantes, y también analizaremos las percepciones de estos comerciantes ante estos cambios, las tensiones que han surgido y la competencia por el empleo.

### **3.1 Surgimiento de una nueva competencia: los migrantes en la colonia San Rafael**

Como ya se mencionó, los migrantes que llegan a la CDMX desde Centroamérica, mayormente pretenden alcanzar Estados Unidos, muchos realizan estancias cortas en México y deciden trabajar en el país durante un tiempo para obtener recursos con los que sufragar los costes de viaje y contratar servicios de *coyotaje* (Torre, 2020). Sin embargo, sucede que algunas estancias cortas terminan en permanencia por largos periodos de tiempo y en que los migrantes se asienten en CDMX.

Esto, dentro de las percepciones de las y los entrevistados sugiere un problema, ya que sus comentarios reflejan cierta preocupación e incertidumbre hacia la llegada de estos migrantes. Para algunos comerciantes, la presencia progresiva de inmigrantes representa una competencia directa, especialmente en la venta de alimentos, el comercio informal y los servicios de mano de obra. Ya que estos, al tener menos oportunidades en el mercado laboral, recurren a abrir pequeños negocios con locales improvisados, y ofreciendo productos a precios más bajos, y vendiendo su mano de obra barata, lo que genera una competencia desigual según la percepción de los comerciantes de la colonia San Rafael.

Para un comerciante -que es de los más antiguos- es de gran relevancia y preocupación el tema de la inmigración, más que el de la gentrificación, pues

él expresa y reconoce el deterioro de las condiciones laborales para los mexicanos y resalta que los empleadores buscan reducir sus costos contratando a personas dispuestas a recibir menor paga por su trabajo:

*“Para nosotros como mexicanos, no va a ser bueno porque la mano de obra va a ser más barata para pagarle. Porque el mexicano no va a querer, obvio que gana más aquí. Entonces el que viene de fuera le pagan menos y va a ser menos empleo para el mexicano [...] si uno no aprovecha lo que hay en su país, va a estar más difícil [...] Se complica mucho y va a haber mucha competencia. Aunque me gusta que haya competitividad y competencia en este país, pero también debe ser más inteligente [...] más inteligente el mexicano porque debe seguir estudiando”*

Si analizamos este comentario dentro del eje de la gentrificación, podemos observar que refleja no solo la competencia que deben enfrentar los antiguos comerciantes no solo ante la llegada de nuevos emprendedores, sino que también perciben a la migración como un factor adicional de competencia, lo que puede intensificar el desplazamiento y resistencia hacia los migrantes.

En cambio, esta percepción no la comparte otro entrevistado que lleva viviendo y vendiendo jugos en la colonia San Rafael durante 45 años:

*“[...] hay gente buena que viene, y hay gente mala. Pero yo creo que la mayoría sí es gente buena, que viene a trabajar. Si, que*

*vienen de otros países o de aquí mismo de la República, pero vienen de los Estados. Vienen a superarse, vienen muchos de provincia, y allá no hay lo que aquí se consigue”*

Este fragmento representa un gran contraste entre las percepciones de distintos comerciantes y resalta la desigualdad de oportunidades entre la capital del país y otros estados y países, así como refleja la percepción de que la Ciudad de México ofrece más posibilidades de empleo, emprendimiento y acceso a bienes y servicios, lo que la convierte en el destino ideal para migrantes nacionales como internacionales.

En general, para los entrevistados, la gentrificación es vista de forma positiva, sobre todo cuando se asocia con la llegada de personas extranjeras o nacionales con mayor poder adquisitivo. A estas personas se les reconoce por aportar al entorno urbano y económico:

*“hay más influencia de gente americana y hay más entrada económica. Porque, aunque luego nada más vienen a probar, te dejan bien de propina, les agrada conocer lugares nuevos, todo lo que es en base a nuestra cultura y yo digo que eso es bueno”.*

Sin embargo, cuando se habla de la llegada de personas centroamericanas, el discurso cambia notablemente. En algunos testimonios aparece una visión

marcada por la desconfianza o el temor. Por ejemplo, un comerciante expresó que:

*“pues con las personas centroamericanas no tanto, pues algunas personas... pues vienen a quitar nuestro trabajo o aumenta la delincuencia”.*

Este tipo de afirmaciones reflejan una percepción de amenaza, donde la presencia de personas migrantes es vista como una competencia directa o como un riesgo para la seguridad de la colonia y sus habitantes.

Incluso cuando hay cierto reconocimiento de que estas personas emigran por necesidad, los testimonios siguen estando marcados por la competencia. Un entrevistado, por ejemplo, comentó que:

*“Hay muchos que vienen de otros países y más con esta migración que ha habido de las personas centroamericanas. Les digo a mis hijos que tienen que aprovechar, porque ellos vienen con una situación muy mala en su país, y si ven que aquí está la oportunidad y ellos la aprovechan. Debemos de estudiar y prepararnos”.*

Aunque esta afirmación no es directamente hostil, transmite la idea de que los centroamericanos representan una amenaza si uno no se esfuerza lo suficiente.

En otro testimonio se refuerza la noción de competencia laboral que existe hacia los migrantes:

*“porque vienen a quitarnos el trabajo. O sea, no es gente que no se debe tomar en cuenta, o sea todos tenemos necesidades, pero muchas veces les dan trabajo a ellos siendo que todavía hay muchos de nosotros que no tenemos trabajos”.*

No todas las opiniones son negativas, y también se escuchan voces que intentan apelar a la convivencia laboral: *“pues es que no somos competencia, somos compañeros de trabajo porque cada quien tiene sus clientes”*. Sin embargo, estas posturas fueron menos frecuentes y, en su mayoría, no cuestionan directamente la estructura que coloca en desventaja a los migrantes.

Lo que se vuelve evidente es que existe una diferenciación muy clara entre los tipos de migración que los comerciantes consideran “positiva” y “negativa”. Mientras que la migración asociada a la gentrificación es celebrada por sus beneficios económicos y simbólicos, la migración centroamericana es vista con desconfianza, asociada a la precariedad, la competencia y el conflicto.

Esta diferencia sugiere un sesgo que, aunque rara vez se expresa explícitamente, podría interpretarse como una manifestación social de clasismo y xenofobia.



La migración es aceptada cuando no pone en peligro el estatus o los ingresos de las personas que ya viven en el vecindario en cuestión. Cuando los migrantes llegan al mismo espacio desde un lugar de necesidad, buscando las oportunidades más básicas para mantenerse vivos, intentando vivir en un área que no lo permite, es más común que se les considere como una carga o una amenaza.

Esto no solo convierte el entorno físico del vecindario; también transforma las categorías sociales a través de las cuales se hacen juicios sobre quién pertenece y quién queda fuera. Aunque los testimonios presentados aquí se basan en experiencias y temores reales, también parecen ser evidencia excepcional de ese poco nivel de aceptación que hay hacia los migrantes en la vida cotidiana.

## **Conclusiones**

Realizar este estudio sobre el proceso de gentrificación comercial en la colonia San Rafael, permitió visibilizar la complejidad de este fenómeno, y como no se puede hablar solo de gentrificación como un fenómeno nuevo que simplemente ocurre, sino que es parte de un mecanismo de transformación urbana que se está viviendo en diferentes colonias de la Ciudad de México.

En este sentido, la gentrificación comercial no es un hecho aislado, sino el resultado de una serie de políticas públicas, inversiones privadas y dinámicas de mercado que redefinen los usos del suelo, el paisaje urbano y las relaciones sociales en la colonia.

La investigación mostró que, en la colonia San Rafael, este proceso ha reconfigurado el espacio urbano a través de la llegada de nuevos negocios, la renovación de la infraestructura y la transformación del espacio público. Y estas transformaciones han generado oportunidades para algunos comerciantes y tensiones para otros, evidenciando que la gentrificación no impacta de manera homogénea a quienes habitan y trabajan en la colonia.

Además, la investigación permitió evidenciar las dos caras de la gentrificación comercial. Mientras que, por un lado, los comerciantes encuentran como una oportunidad los cambios en el paisaje comercial y la llegada de nuevos residentes, por otro lado, reconocen que estos cambios

también pueden implicar riesgos para su permanencia y su capacidad de competir en un mercado cada vez más orientado a un consumidor de mayores ingresos.

Asimismo, podemos observar el desplazamiento simbólico y material que caracteriza a la gentrificación, pero protagonizado por los consumidores, que se manifiesta cuando los bienes y servicios se elevan, adaptándose a los nuevos residentes de mayor poder adquisitivo y, en consecuencia, excluyendo de manera progresiva a los consumidores tradicionales, quienes también argumentan dejar de sentirse parte de la comunidad comercial que habían habitado durante años.

Además, este desplazamiento es progresivo, y responde a la transformación paulatina de las dinámicas de consumo, la cual está dirigida por una transformación urbana orientada por los intereses del mercado.

Esta exclusión refuerza la idea de que la gentrificación comercial no sólo transforma los espacios físicos, sino que también impacta en las identidades y cotidianidad de quienes habitan y consumen en la colonia, lo que evidencia la dimensión simbólica y social de los procesos de transformación urbana.

Finalmente, es importante destacar que, aunque el objetivo principal de esta investigación era analizar el proceso de gentrificación comercial en la colonia San Rafael, el trabajo de campo permitió visibilizar una dimensión

inesperada: la percepción y la competencia que algunos comerciantes expresan frente a la llegada de personas migrantes, principalmente centroamericanas y sudamericanas. Este hallazgo resultó especialmente significativo porque revela cómo la gentrificación comercial es relativamente aceptada por los antiguos comerciantes, sin embargo, cuando estos interactúan con otro fenómeno social, como la migración, si genera una tensión y resistencia hacia los cambios que trae consigo.

## Referencias bibliográficas

Atkinson, R. (2004). "The evidence on the impact of Gentrification: New Lessons for the urban renaissance?", en: *European Journal of Housing Policy*, Vol. 3, N° 1, pp. 107-131

Benach, N. (2018). La gentrificación como una estrategia global. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, (60), 17-23.

Catalán Hidalgo, R. (2020). ¿Gentrificación comercial en contexto de superdiversidad?: La transformación del comercio local en el centro y pericentro de Santiago de Chile. *Revista de Urbanismo*, 42, 52-71. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2020.54281>

Delgadillo-Polanco, V. (2010). Reseña de "Gentrification" de Loreta Lee, Tom Slater y Evelin Wily. *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. X (34), 835-846.

Díaz, I. (2016). Política urbana y cambios sociodemográficos en el centro urbano de Ciudad de México ¿gentrificación o repoblación? *Territorios*, 35, 127-148. Doi: [dx.doi.org/10.12804/territ35.2016.0](https://doi.org/10.12804/territ35.2016.0)

González, S. y Dawson, G. (2018) *Resisting gentrification in traditional public markets: Lessons from London*. Londres: Routledge, 54 - 71.

González, S. y Waley, P. (2012). Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode*, 45, 965-983.

Janoschka, M., & Sequera, J. (2014). Gentrificación, neoliberalismo y derecho a la ciudad: el caso de la renovación urbana en el centro de Madrid. *Urban*, (7), 63–84.

Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. (Eds.). (2022). *The Planetary Gentrification Reader* (1st ed.). *Routledge*.  
<https://doi.org/10.4324/9781003341239>

López-Morales, E. (2013). Gentrificación en Chile: aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de Geografía Norte Grande*, (56), 31-52.

Pollack, A. (2005). The New Imperialism. *Investigaciones geográficas*, (56), 160-162.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112005000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112005000100010&lng=es&tlng=es).

Rojo, F. (2016). La gentrificación en los estudios urbanos: Una exploración sobre la producción académica de las ciudades. *Cadernos Metrópole*, 18(37), 697–719. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3704>

Smith, Neil. (1996). *The new urban frontier. Gentrification and the revanchist city*. Londres: Routledge.

Vergara-Constela, C., & Casellas, A. (2016). Políticas estatales y transformación urbana: ¿hacia un proceso de gentrificación en Valparaíso, Chile?. *EURE (Santiago)*, 42(126), 123-144.

Zukin, S; Trujillo, V; Frase, P; Jackson, D; Recuber, T y Walker, A.  
(2009). New retail capital and neighborhood change: boutiques and  
gentrification in New York City. *City & Community*, (8), 47-64.