



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN GEOGRAFÍA

**LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE LOS CENTROS COMERCIALES
DELTA Y CETRAM EL ROSARIO COMO PRODUCTORAS DE ESPACIO
URBANO**

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
DOCTOR EN GEOGRAFÍA**

**PRESENTA:
DANTE GUILLERMO CELIS GALINDO**

**DIRECTORA DE TESIS:
MARÍA VERÓNICA IBARRA GARCÍA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS UNAM**

**MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR:
DRA. BLANCA REBECA RAMÍREZ VELAZQUEZ
DR. MARTÍN CHECA ARTASU
DR. FABIAN GONZÁLEZ LUNA
DR. JOSÉ GAZCA ZAMORA
DRA. LILIANA LÓPEZ LEVI**

Ciudad Universitaria, CD. MX. Diciembre 2019.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos:

A la UNAM y CONACyT, que me permitieron continuar y concluir mi preparación académica.

A la Dra. Verónica Ibarra, por todo el apoyo académico y personal que me ha brindado desde la licenciatura y que me ha permitido concluir este periodo. Principalmente por sacarme del letargo en el que me metí por un lapso largo.

A la Dra. Blanca Rebeca Ramírez y el Dr. Martín Checa quienes estuvieron desde el inicio de este trabajo

A los Dres. Fabián González Luna y José Gasca, Así como a la Dra. Liliana López Levi por sus aportaciones al trabajo como parte del sínodo.

A la oficina de transparencia del Distrito Federal que me permitió acceder a permisos de construcción.

A Álvaro Prudente Gapi que me ayudó y orientó para conseguir datos que sirvieron para realizar la cartografía.

Dedicatorias

A Lis, que de pronto y sin avisar apareció en mi vida para facilitarla toda, para darle un nuevo sentido y para caminar con ella el resto del camino. Por apoyarme e impulsarme cuando parecía que me atoraba cuando ya no daba más.

Abrázame, que está al acecho el enemigo/abrázame, quiero saber que estás conmigo/para asumir nuestra derrota/sin excesiva indignidad/ante esta orgía de patriotas en posesión de la verdad/abrázame hasta que la muerte nos abrace. Déjame quedarme aquí/déjame besarte ahí/ donde guardas tus secretos/los más oscuros y los más bellos/ Te regalo mis piernas/recuesta tu cabeza en ellas/Te regalo mis fuerzas/úsalas cada que no tengas

A mi familia, quienes están y quienes ya no. Que siempre he tenido apoyo incondicional en todos los aspectos. A la nueva familia que aparece de pronto y se convierte en algo importante. A Xareni, que pueda servir de inspiración para su vida, que ya nos ha enseñado a vivir diferente.

...has venido a recordarnos que no es tan malo crecer/vendrá el futuro a verte cualquiera de estos días/y tendrás en las manos lo que nunca tuvimos: a esperanza de un mundo con los mares azules, sin fieros huracanes o desbordados ríos/no habrá hombres que mueran sin panes ni milagros/y en la pared de enfrente leerás que alguien ha escrito un saludo de paz/Vendrá el presente a verte con hambre de futuro/ese mañana incierto que algún día intuimos/que tú harás cercano, más humano y abierto/más real, más igual, más justo

A las amistades nuevas y viejas que aparecieron y desaparecieron durante todo este proceso, en especial, Circe, Álvaro y Jonathan, que son los amigos que siguen, aun con intermitencias, de manera incondicional y siempre presentes.

Recuerdas los tiempos en que, viejo amigo/ardía en tu boca la azul madrugada/Borracha Afrodita reía y brindaba contigo/dejando el olor de otros cuerpo en tu cama/¿Dónde encallaron esos días?/ Huyendo de ti y de la aurora escapaste/buscando en mil bares el abracadabra/que detiene el tiempo, pero regresaste/ y te encontraste a ti mismo esperándote en casa.

Introducción

En México se vive desde hace algunos años una etapa en la que se propicia y privilegian las actividades terciarias como el comercio. Esto se debe a que es uno de los sectores que mayor derrama económica genera, por lo tanto, es una actividad alentada desde diversos sectores políticos y económicos. La actividad comercial transforma la vida cotidiana, desde los aspectos más imperceptibles hasta lo más evidente como lo es el entorno urbano.

Las ciudades en el mundo viven procesos de constante transformación que es producto de la acción de diferentes actores que cambian según la etapa histórica del mundo. La planeación de las ciudades solía correr a cargo de los aparatos estatales, sin embargo, al cambiar las características del sistema económico dominante, la planeación de la ciudad ha quedado a cargo principalmente de los empresarios urbanos y de las fuerzas del mercado.

La inversión inmobiliaria se ha convertido en un negocio atractivo en el que diversos sectores económicos y políticos toman parte, ya sea formando nuevas empresas o aliándose con las ya existentes. Esto genera cambios rápidos y abruptos en la mayoría de las ciudades en el mundo debido a que cada grupo inversor trata de imponer sus ideas y plasmarlas en el territorio, el resultado será una ciudad heterogénea y fragmentada. Si bien estas características no son exclusivas de la etapa económica actual, si es dentro del neoliberalismo que esto ha proliferado.

Cada etapa económica implanta en el espacio huellas que van acorde con sus objetivos y que no se podrán eliminar, pero sí se alterarán y dejarán de ser importantes en su significado o en la práctica. El único interés es la generación y acumulación del capital y se deja de lado cualquier elemento que lo impida. Por lo tanto, la ciudad se ha convertido un espacio de inversión en el que se pueden generar ganancias de una manera rápida y “segura”, además de que se evidencian las relaciones de poder y se visibilizan los conflictos entre diferentes grupos inversores o políticos. Es por eso que las zonas urbanas crecen constante y rápidamente hacia lo horizontal y vertical sin que aparezca algún impedimento, aunque ese crecimiento sea en perjuicio de los ciudadanos.

En la etapa económica neoliberal predominan las actividades terciarias, por lo que gran porcentaje de las inversiones que se realizan en las zonas urbanas son para edificar inmuebles en los que se realicen las actividades comerciales o para agilizar la movilización de mercancías. Esto contribuye en generar crecimiento urbano acelerado y con un orden específico que, a su vez, provoca el incremento de los problemas que en ella existen, como lo son: la concentración de población, las divisiones sociales, la saturación vehicular, contaminación, delincuencia e inseguridad. Además de que entre la población se inducirá un estilo de vida que vaya acorde con el gran consumo excesivo.

En México, existen un sinnúmero de problemáticas sociales y económicas que están relacionadas a distintas causas. Las políticas urbanas, al menos en la capital del país, han contribuido a que las problemáticas abunden, ya que pareciera que las soluciones que se brindan son solo en beneficio del sector económico y no de la sociedad en general. Desde hace más de dos décadas, se vive una escalada de violencia e inseguridad que lejos de vislumbrarse una solución, el problema crece a ritmo acelerado y no parece que exista una solución a corto plazo. La tercerización de la economía pudo haber contribuido en algún sentido a generar esta situación, debido a que en el imaginario colectivo el consumo se ha convertido en un aspecto de estatus social y prácticamente obligado, sin embargo, el grueso de la población no obtiene los ingresos que le permitan acceder a la vida de consumo que los centros comerciales promueven.

Uno de los aspectos fundamentales en la actual etapa económica, es que el nuevo empresariado urbano que proviene de otros rubros como el de telecomunicaciones, comercial, financiero o incluso industrial, es de los principales actores que planifican y construyen la ciudad, esto provoca que los nuevos espacios que se construyen se realicen en pro de este mismo grupo inversor. Una de las principales construcciones que el empresario urbano realiza son centros comerciales, que se convierten en un elemento “distintivo” de la nueva ciudad de la etapa neoliberal, pues es, según ellos, una forma en la que se puede realizar inversión y obtener rápidas y abundantes ganancias. En él intervienen diversos actores y sectores económicos, pues

involucran todo lo que tiene que ver con la construcción y administración, en la que se incluye el estacionamiento, la vigilancia y la comercialización.

La construcción de los centros comerciales se ha convertido en una mina de oro para muchos sectores económicos, es por lo que aparecen diversos sectores económicos que animan la expansión de estos inmuebles, donde uno de los principales beneficiados es el sector financiero. Es por ello que, a partir de la década de 1980, la construcción de centros comerciales se masifica y modifica estándares de vida con tal de que estas edificaciones surtan efecto y generen ganancias a los involucrados en su construcción.

Es común encontrar que en la edificación de los centros comerciales se involucre a la empresa constructora con integrantes del servicio financiero (o incluso, pueden ser los mismos actores), ya que estos son los que generan el capital suficiente para la construcción de los inmuebles. También se producen grandes ganancias, por lo que estos también promueven e influyen en la construcción de estos comercios, además se han formado diferentes figuras bursátiles para promoverlas como lo es el Fideicomiso de Infraestructura de Bienes Raíces (FIBRAS).

El que los centros comerciales sean vistos como fuente de ganancia no es exclusivo del sector privado, pues también el Estado ha impulsado estos desarrollos urbanos, aunque, en apariencia, no con los mismos objetivos, ya que en este caso la construcción se debe al “mejoramiento” urbano, “regeneración” del tejido social, pues los centros comerciales se convierten en creadores de empleos y aumento de vigilancia lo que provocaría un menor índice delictivo. Los resultados suelen ser dispares y acarrear ciertos beneficios, aunque también puede afectar negativamente al ocasionar descomposición social o incrementar los problemas de movilidad.

En la construcción de los centros comerciales es también común que existan alianzas entre el sector empresarial y el Estado, cada uno asume un papel específico: el sector industrial es el que invierte el capital económico mientras que el Estado elimina cualquier barrera para la inversión y legaliza las nuevas construcciones. La generación de las llamadas FIBRAS, que son figuras bursátiles

permitidas desde el poder político y que permiten la especulación de una gran cantidad de actividades cuyas ganancias se verán reflejadas en centros comerciales. La generación de nuevas formas de financiamiento, la colaboración del Estado, las alianzas entre los sectores públicos y privados ayudan a transformar el espacio urbano, y es el sector inmobiliario el que asume control e importancia en la nueva forma de hacer, o producir ciudad, es entonces que la ostentación de poder se vuelve fundamental en el proceso inmobiliario

El ejercicio del poder se convierte en un aspecto esencial, ya que genera espacios o modificaciones de él, las alianzas provocan mejores resultados para los sectores involucrados. El Estado, las empresas inmobiliarias, el sistema financiero y hasta las tiendas departamentales, ejercen una relación de poder entre ellas que les permiten ejercer cierta influencia en la sociedad, en la que se ven modificados sus costumbres y en ocasiones hasta sus estándares de conducta para inmiscuirse en el mundo del consumo del que los centros comerciales son una referencia en el espacio, en esto son las desarrolladoras quienes aparecen como promotoras, aunque siempre deben tener una relación de poder con sectores del Estado para que todo el aglomerado resulte según sus intereses.

Por todo lo anterior, es que es fundamental indagar cómo actúa el sector inmobiliario, en especial el desarrollador de los centros comerciales, investigar cuáles son sus alianzas y los beneficios que obtiene cada uno de los involucrados. Dilucidar estas alianzas permitirán conocer los principales miembros de las élites empresariales y sus objetivos al construir centros comerciales, sus redes y los resultados que cada uno obtengan, pues detrás de los avances tecnológicos, de los beneficios en seguridad o del acceso a mercancías, cuestiones que se difunden como los beneficios de cada nueva construcción, existe una reconversión espacial y la generación de una ciudad con características neoliberales que se materializan en edificaciones y se visibilizan en nuevos espacios sociales.

Todo lo anterior se ejemplifica con dos casos dentro de la Ciudad de México: Plaza Parque Delta y CETRAM¹ El Rosario. En ambas construcciones el protagonismo principal lo asume la inversión privada con grupos económicamente fuertes como lo son: Danhos y Grupo Carso. El primero desde su fundación se ha dedicado al sector inmobiliario, mientras el segundo ha diversificado su inversión que inició en el sector telecomunicaciones hasta llegar a lo inmobiliario. Las dos plazas también ejemplifican las alianzas del sector inmobiliario con otros sectores económicos como el financiero y con los diferentes órdenes de gobierno, de los que las empresas han recibido beneficios, apoyo e impulso para edificar otras construcciones. Aunque no todas se han logrado realizar debido a disputas sociales y políticas.

La presente investigación asume que el sector inmobiliario privado es el principal productor de ciudad, aunque en todo momento está en estrecha relación con los distintos órdenes gubernamentales, esto se analizará a partir de los centros comerciales que son construcciones típicas de la ciudad neoliberal, por lo que se convierten en ejemplos de la forma de inversión, producción y transformación urbana; de eliminación de espacio público; de relaciones existentes; y de la transformación de la economía hacia el sector terciario. Por lo que esta investigación se adentra en la forma en que estos centros comerciales han impactado en el espacio.

Por lo tanto, el objetivo general de la investigación es: Analizar la participación del sector inmobiliario privado en la producción espacial urbana a partir de la construcción de Centros Comerciales. La pregunta principal es: ¿cómo actúa el sector inmobiliario para realizar una transformación urbana con base en edificaciones novedosas y “llamativas”, en especial los centros comerciales?

Los objetivos particulares son:

¹ Centro de Transferencia Modal, que es el conjunto de diversos medios de transporte, comúnmente de Metro y camiones o microbuses.

- Identificar a los principales agentes urbanos involucrados en la construcción de las plazas comerciales, considerando constructores, empresarios, agentes políticos y afectados.
- Examinar las lógicas de localización de los centros comerciales en la Ciudad de México.
- Identificar las repercusiones sociales, económicas y urbanas de la construcción de los centros comerciales.

Esto da como hipótesis que el sector inmobiliario transforma y produce espacio urbano neoliberal, para ello realiza alianzas financieras y con el Estado para así dividir gastos, riesgos y actividades. Los centros comerciales se convierten en una muestra evidente de esto, pues las acciones del empresario inmobiliario comienzan desde la elección de un terreno, su adquisición y transformación. Los centros comerciales son utilizados como elementos centrales o de complemento de los nuevos urbanismos como torres de departamentos u oficinas, o hasta fraccionamientos cerrados. En varias de las nuevas edificaciones, se evidencian las alianzas de poder de los sectores inversores y de estos con distintos grupos políticos.

El que proliferen centros comerciales en una ciudad como la capital mexicana es una muestra evidente de que la actividad económica se ha modificado. La industria, al menos en el país, ha dejado de ser la actividad principal y ha sido suplantada por las actividades terciarias, en especial el comercio. Muestra de ello es que diversos terrenos que habían sido utilizados como fábricas ahora han sido transformados por el sector inmobiliario con la cooperación del Estado.

Los centros comerciales requieren grandes extensiones de terreno para su construcción, por lo que conlleva diferentes modificaciones que pueden ser desde la imagen, el entramado urbano hasta las formas de relación social. Estas modificaciones son impulsadas por las empresas inmobiliarias que buscan obtener mayores beneficios económicos. Esto ocasiona que la ciudad no resuelva sus problemáticas, sino que en ocasiones las acentúe o las traslade a otro sitio.

La fragmentación urbana es una de las características principales que manifiesta el sector inmobiliario, pues hacen del espacio dividido, desigual o diferenciado, una de sus principales apuestas. Con esto pueden conformar desde corredores dedicados a la tercerización de la economía e, incluso, podrían convertirse en centralidades, o al menos ese es uno de los objetivos del empresariado e incluso del Estado, pues se dice que en los centros comerciales se tienen todo tipo de ofertas, desde vivienda, oficinas, servicios financieros, actividades de entretenimiento y ocio y, por supuesto, comerciales, además que se puede satisfacer cualquier necesidad de la sociedad. El éxito de estos urbanismos ocasiona que surjan nuevos grupos inmobiliarios con nuevas ofertas similares, por lo que ese gran corredor cubrirá una gran parte de las principales avenidas de la ciudad, como es, por ejemplo: Insurgentes o Avenida Universidad. Lo que produce una tercerización económica en la ciudad, esto también ayudará a que las empresas maximicen sus ganancias resultado de las modificaciones que realiza el Estado en cuestión laboral que permite una flexibilización en materia de contratación.

Esto se debe a que dentro del sistema capitalista cada fase crisis se convierte en una posibilidad de cambio que, a su vez, permite seguir con la generación de capital y su acumulación. En el neoliberalismo toda característica social, cultural, política o física se convierte en consumible y vendible, por lo tanto, se convierte en una posibilidad de comercializar, por lo que es necesario eliminar cualquier barrera que impida la acumulación. Posteriormente, esa barrera que impedía la acumulación se convierte también en un objeto vendible y consumible, con esto se procura que todo grupo social ingrese a la dinámica del consumo, y es en parte por ello que surgen una gran cantidad de centros comerciales en zonas diversas de las ciudades, en ocasiones, con diferentes ofertas en cada una de ellas, esto también permite que más grupos inversores se sumen a las ofertas de lugares inmobiliarios.

El que existan diferentes empresas inmobiliarias provoca aún mayor fragmentación en la ciudad, pues cada una de ellas toma su “pedazo” de tierra que debe distinguir de algún modo del resto de las ofertas, es entonces que la lógica de localización se convierte en fundamental para la empresa. Aunque son las empresas de mayor

importancia económica las que más modificaciones urbanas producen, pues tienen el capital para invertir en distintas zonas de la ciudad por lo que aumentan su presencia y maximizan sus ganancias, además son ellas las que más relación tienen con los gobiernos locales que realizan diferentes planeaciones, aunque casi en todo momento con el capital privado.

La generación de nuevas centralidades y corredores terciarios permite que aumente el factor de la renta que se convierte en un elemento fundamental en la construcción de un nuevo espacio. Mientras más se extingue el espacio público, y sus actividades, y mientras más proliferan con éxito los centros comerciales, aumenta el valor de la renta y entonces las ganancias. Hacia el interior de los centros comerciales, la renta es un elemento fundamental que permite ganancias millonarias por parte de los empresarios urbanos.

Es entonces que las categorías de análisis de la investigación son: la producción espacial urbana en el entorno neoliberal, las lógicas de localización y renta, las relaciones de poder y producción de corredores terciarios, así como la tercerización de la economía.

Metodología

La presente investigación se realizó a través de diferentes pasos, el primero fue la identificación de una problemática, que fue el incremento en la construcción de centros comerciales en la zona Metropolitana de la Ciudad de México, el crecimiento coincide con las administraciones del Partido de la Revolución Democrática (PRD), denominado de “izquierda” en un contexto de derecha, que a su vez coincide con el periodo neoliberal que priva en la escala federal y mundial desde la década de 1980.

Posteriormente, se realizó una delimitación en la que se evaluaron los atributos y características de las empresas desarrolladoras, los años de apertura de la plaza, las tiendas ancla, número de locales, extensión territorial, número de cajones de estacionamiento y el tipo de proyecto del que el centro comercial había sido parte, este puede ser como un megaproyecto urbano en el que se edifiquen también torres de departamentos y corporativos, esto permite conocer cuáles han sido las

empresas más importantes en la construcción de los *malls*², en qué época han tenido su auge, cuáles han desaparecido, cuándo han surgido nuevas empresas, en qué zonas suelen ubicarse y hacia qué sector social dirigen sus construcciones o tiendas, con las tiendas ancla se puede identificar ciertas alianzas entre el sector empresarial. También con los años de apertura se identifica la época en la que mayormente se construyen las plazas. Esto, además de brindar una primera explicación, permitió la realización de una delimitación y un primer acercamiento a toda la problemática que encierra la construcción de estos inmuebles.

Esta primera delimitación arrojó más de 190 centros comerciales, con lo que se procedió a realizar una discriminación de las plazas en toda la ZMCM, para eliminar las que no tenían tienda ancla debido a que estas por lo general tienen poca extensión territorial y son poco visitadas. Con esto se delimitó a 140 centros comerciales, que son con los que se inició la búsqueda de explicaciones al proceso, se localizaron entonces algunas tendencias en la localización y la relación que esta tenía con el periodo en el que fueron abiertas.

De los 140 centros comerciales se identificaron las principales empresas urbanizadoras, esto se logró con búsquedas electrónicas de cada una de las páginas oficiales y de blogs de usuarios de los centros comerciales, visitas a cada una de las plazas donde no se contaba con el dato exacto o, en su defecto, se enviaron correos electrónicos a diferentes instancias para conocer los datos deseados. El mismo método se utilizó para conseguir las fechas de apertura de cada plaza y sus tiendas anclas.

Para algunos casos específicos se utilizaron fuentes hemerográficas que permitieron conocer datos sobre los metros cuadrados o cajones de estacionamiento, esto contrastaba a veces con los datos oficiales. Esta técnica brindó resultados con los proyectos que tendrían una apertura posterior al año 2014, ya que la mayoría de estos proyectos eran ampliamente publicitados. Toda la información obtenida se plasmó en el anexo que aparece al final del texto, este

² Para finalidades de redacción en este trabajo se toman como sinónimos: Plaza, Plaza Comercial, Centro Comercial y *mall*.

mismo anexo sirvió para elaborar algunas de las gráficas que aparecen en el interior del trabajo.

Después de realizar el primer análisis de la información obtenida, se dividieron los centros comerciales en cuatro secciones de la ciudad:

- I. En las vías principales que se incluían las vialidades que cruzan de norte a sur el Distrito Federal y las carreteras o autopistas que se localizaban en el estado de México.
- II. En el norponiente de la ciudad, en los municipios mexiquenses de Tlalnepantla, Naucalpan, Cuautitlán Izcalli, así como en la delegación Azcapotzalco. Aquí se localiza una concentración de centros comerciales principalmente en las colonias de mayor nivel adquisitivo.
- III. En las zonas de mayor poder adquisitivo, aquí se conjuntó las zonas de Polanco y Santa Fe.
- IV. La última zona es la que corresponde a una localización dispersa de centros comerciales, estos por lo general están al norte y oriente de la zona metropolitana.

Algunas lógicas urbanas no estaban consideradas en algunos artículos revisados por lo que se optó por realizar una división propia en la que se incluyeran otros aspectos que se consideraron relevantes. Con base en artículos, por ejemplo de Emilio Pradilla (2004; 2008; 2012) se consideran las vías primarias, las cuáles según este autor se establecen corredores comerciales que unen diferentes zonas de la ciudad, sin embargo, existían zonas en la ciudad que no correspondían con este argumento, por lo que se efectuó otra clasificación donde se incluyeran otras características y lógicas de localización, como lo es el acceso a la tierra o el apoyo gubernamental que pudieran tener los desarrolladores urbanos. Por tal motivo para analizar la ciudad por nivel adquisitivo se consideraron los datos brindados por el INEGI de estratos socioeconómicos del año 2000 principalmente, con lo que se pudo obtener las características económicas principales y generales de cada uno de los 140 centros comerciales de la zona metropolitana.

Con esta clasificación se procedió a realizar una segunda delimitación en la que se tomó en cuenta solamente los que en este trabajo se denominaron: plazas grandes,

caracterizadas para el efecto de este trabajo, las plazas que se tuviera dos tiendas ancla además de cine³. Para realizar esta segmentación se basó en diferentes artículos que hablaban sobre el desarrollo de la Ciudad de México, la expansión que esta ha tenido y el papel de los corredores comerciales en la planificación de la ciudad.

Otro elemento fundamental fue que tuvieran al menos 70 tiendas en su interior sin contar con la extensión física de las tiendas. Así quedaron entonces 40 centros comerciales de los cuales su localización estuvo distribuida por las cuatro grandes secciones que se habían establecido.

Esta tercera delimitación permitió diferenciar a los agentes urbanos de mayor importancia, así como a los inversionistas de mayor antigüedad, entre los que destaca el Grupo Sordo Madaleno, la empresa Danhos, Grupo Carso y *México Retail Properties* (en adelante MRP), además de gobiernos locales o federales que invirtieron en algunas plazas como en el caso de plaza Fórum Buenavista. Algunas urbanizadoras que funcionaron en las décadas de 1980 y 1990 ya no existen. Esta delimitación también permitió identificar algunas alianzas entre diversos grupos inversores, con lo que se consiguió distinguir una parte de la recapitalización que tienen las empresas urbanizadoras.

La delimitación por plazas grandes permite distinguir también el papel que tienen los centros comerciales en la actual urbanización de carácter neoliberal, ya que la mayoría de ellas se han construido bajo los argumentos de mejora de la imagen urbana, generación de empleos, mejoramiento de una zona con alta tasas delictivas, reinversión urbana, políticas y reglamentaciones urbanas estatales y federales como lo es el conocido Bando 2⁴. Esto también reveló algunas de las posibles

³ Prácticamente todas las plazas comerciales que se consideraron en la segunda delimitación tenían como tienda ancla una sala de cine, por lo que esta no se consideró relevante como una forma de delimitación, ante este escenario se optó por considerar los centros comerciales que tenían tienda ancla además del cine.

⁴ El Bando 2 es una normativa que entró en vigor en 2001 con la finalidad de regular y revertir el crecimiento acelerado y desordenado del Distrito Federal. En ella se inhibía el crecimiento urbano en delegaciones limítrofes con el estado de México, por lo que las urbanizadoras generaron una mayor inversión en las delegaciones centrales. <http://martha.org.mx/una-politica-con-causa/bando-2/>
<http://www.metro.df.gob.mx/transparencia/imagenes/fr1/normaplicable/2014/1/parbejgdf14012014.pdf>

alianzas entre algunas empresas y los gobiernos locales, y los centros comerciales que de aquí se desprenden.

Como cuarta delimitación se optó por la elección de cinco centros comerciales para un mayor análisis y que permitieran la explicación de diferentes aspectos del fenómeno urbano. Por lo que se optó por plazas con diferente agente desarrollado que representara una etapa de apertura diferente, forma de operar distintiva y que se localizaran en diferentes zonas de la ciudad.

Para la búsqueda de información de cada una de las plazas se procedió a pedir información oficial por medio del Registro Público de la Propiedad y el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) o Instituto Nacional de Transparencia, sin embargo, en ninguna de las dos instancias se pudo conseguir información debido a que lo solicitado está clasificada como información reservada o incluso en apariencia los predios “no existen” o su dirección oficial está incorrecta. La misma situación sucedió al solicitar entrevistas directas con los urbanizadores o los administradores de las plazas comerciales, debido a que en ningún caso se accedió a la entrevista.

Sin embargo, se lograron entrevistas con actores secundarios en este proceso de transformación urbana, principalmente trabajadores cercanos a las empresas, de los que se reservan los datos, y algunas personas que han vivido estos procesos, en especial antiguos pobladores de las zonas afectadas, esto sucedió principalmente con los centros comerciales de la empresa Carso, donde ni en las administraciones de los centros comerciales ni por instituciones oficiales se logró conseguir información sustancial. Únicamente a través de la oficina de transparencia se logró acceder a los permisos de construcción de ambos centros comerciales.

Se abundó en búsqueda de información hemerográfica, con esto se logró identificar otro aspecto que fueron las pugnas e inconformidades que han tenido los vecinos por la construcción o ampliación de algunos de los centros comerciales. Este punto se encontró en común en casi todas las plazas que se estaban analizando.

Se procedió a realizar cartografía de uso de suelo de 1997 y 2012 para encontrar modificaciones en cuanto a uso, medidas y extensiones permitidas, en los que se encontraron que en algunos casos los cambios eran sumamente evidentes mientras que en otros no era así. También se realizó cartografía por estrato socioeconómico en el que se consideró el radio de influencia que tiene cada centro comercial.

Debido a la dificultad de conseguir información en materia urbana del estado de México y a la extensión que resultaban tener los cinco centros comerciales, se implementó una nueva y final delimitación, en la que se eligieron para su análisis las plazas: Plaza Parque Delta y CETRAM El Rosario. Esto se debió a que ellas son representadas por empresas inmobiliarias importantes en México como Danhos y Grupo Carso respectivamente, esto permite adentrarse en la forma de operar de las empresas y de sus corporativos, sus alianzas de clase y con los diferentes tipos de gobierno. Además de que pertenecen a dos procesos diferentes de producción espacial urbana, una con un proceso completamente privado y que se ha beneficiado de las políticas gubernamentales que no permiten la construcción de grandes comercios en la zona centro de la ciudad; mientras que el otro corresponde a un proceso gubernamental que pretende la regeneración de toda una zona urbana, por lo que es la mezcla de capital inmobiliario con la planeación gubernamental. Se explora también el interior debido a que esto permite analizar el proceso de generación de renta, pues si el centro comercial es de éxito, como el caso de Delta, la demanda de tiendas de cadena aumentará por lo que se tendrá que brindar más lugares, lo que hará crecer las plazas y tener mayor impacto espacial.

Mediante uso de los institutos de transparencia, que se han mencionado, se solicitó información sobre permisos de construcción y ampliación, estudios de impacto urbano, planes de comunicación, planes de construcción de ambas plazas. Estas se otorgaron únicamente por copia previa consulta en el mismo instituto debido a que se tenía considerada como información restringida al contener datos, firmas, dirección, etcétera de las personas involucradas, por este motivo no existe un libro o un número de referencia que se pueda citar acorde a los lineamientos

establecidos, por ende, en el interior del texto solo se menciona de qué documento se está obteniendo la información.

Al ir de lo general a lo particular y con la final elección de dos centros comerciales específicos, se pueden considerar como puntos fundamentales los instrumentos que menciona Pradilla en la elaboración del trabajo, estos son:

La economía es determinante en la conformación de la estructura urbana al menos en cuatro ámbitos: a) como condicionante general de la producción de todos y cada uno de los soportes materiales urbanos; b) a través del sector inmobiliario-constructor, agente en la producción capitalista de los soportes materiales urbanos; c) en el funcionamiento del mercado del suelo urbano y la determinación de las rentas y el suelo; y d) como subestructura urbana específica del sistema de soportes materiales que se materializa como el uso del suelo y de los inmuebles como ámbito territorial construido (Pradilla; 2012. 218).

Esto es debido a que los cuatro instrumentos están estrechamente ligados a lógica de la estructuración urbana dentro del neoliberalismo, además de que en ella se incluyen, además de las explicaciones teóricas, a los sectores sociales, económicos, demográficos, políticos, ambientales en su expresión espacial. Esto permitirá que al adentrarse en dos centros comerciales se pueda conseguir un estudio totalizador, aunque sea en espacios determinados.

En los casos particulares, se tiene que Plaza Parque Delta es construida por una de las empresas de mayor importancia en la construcción de centros comerciales e incluso de diferentes tipos de construcciones. Este centro comercial tiene una amplia relación con la política urbana implementada desde casi el origen de los gobiernos perredistas en el Distrito Federal. Ocupa un terreno que se convirtió en un espacio identitario de la ciudad de México ya que ahí se localizaba el Parque Delta, posteriormente Parque Deportivo del Seguro Social, que era sede de los juegos de béisbol profesional de la capital, además de albergar a algunas ligas o juegos amateurs y otras actividades. Este espacio estaba destinado a diferentes grupos sociales. En la actualidad, Plaza Parque Delta es uno de los centros

comerciales más visitadas en la ciudad y la que más visitantes tiene en lo que es el centro oriente de la zona metropolitana.

Por su parte, CETRAM El Rosario, es un complejo que funciona principalmente como paradero de transporte, es además uno de los de mayor flujo de pasajeros, este conecta el norponiente del Distrito Federal con los municipios del estado de México. El Rosario, en Azcapotzalco, es una era una de las zonas de mayor inseguridad e insalubres, es entonces que se genera uno de los proyectos que más han difundido las autoridades locales que es la construcción de centros comerciales en zonas similares. El Rosario es el segundo en su tipo en construirse⁵, por lo que se ha convertido en un elemento de difusión. Además, forma parte de un arreglo que ha tenido la delegación Azcapotzalco, en la que se han tenido diversos actores privados. En el caso del CETRAM la empresa responsable es Grupo Carso, a través de dos empresas Impulsadora del Desarrollo y el Empleo en América Latina (IDEAL) y Desarrolladora Mexicana de Infraestructura Social (DMI), a partir de una concesión que hizo el gobierno del Distrito Federal.

El presente trabajo se dividió en cinco capítulos. En el primero se hace una revisión teórica de los elementos centrales de la investigación, se busca generar un acercamiento con los conceptos generales como lo son: la producción del espacio, la ciudad neoliberal, se aborda sobre la renta como un elemento fundamental del sistema económico, además de que se indaga en las causas de que los centros comerciales sean una forma de urbanismo común dentro de la época neoliberal así como comenzar a distinguir a las empresas urbanistas de mayor importancia en el país y, principalmente, en el Ciudad de México.

En el segundo capítulo, se hace un acercamiento teórico e histórico de los centros comerciales en México. Se realiza una clasificación de los centros comerciales y de la delimitación que se realizó para la elaboración de este trabajo. Se analiza la localización de los centros comerciales por época y por empresa urbanizadora, dentro de esta discusión, se aborda la posibilidad de que los centros comerciales ayudan a consolidar corredores terciarios, el estudio también se adentra en la

⁵ El primero es el paradero de Ciudad Azteca, construido un año antes del de El Rosario

relación de la tienda ancla con el tipo de centro comercial y con la zona donde esté ubicada.

El tercer capítulo trata específicamente sobre el CETRAM El Rosario. En el inicio del apartado se aborda la temática relacionada con la normativa que permite la construcción y consolidación de los centros comerciales en general y en particular la del CETRAM y de Delta. Posteriormente, se habla de la dinámica que ha tenido la alcaldía Azcapotzalco desde finales del Siglo XIX, cuando era una zona completamente agrícola, para después convertirse en zona industrial y de identidad obrera, hasta la actualidad en la que se busca rescatar elementos industriales, aunque surge lo comercial como un punto importante en el desarrollo actual.

Para esto, se analiza también a su grupo inversor que es Grupo Carso, y a su principal accionista, Carlos Slim, como uno de los principales agentes de producción en el CETRAM y en la ciudad. Se interpreta al CETRAM como parte de las modificaciones gubernamentales que buscan reordenar y dinamizar de la ahora alcaldía, por lo que describe las diferencias existentes entre zonas económicas y usos de suelo de las zonas aledañas al centro comercial de El Rosario.

El cuarto capítulo trata específica sobre Parque Delta. al igual que el caso del CETRAM, en el capítulo se analiza a la principal empresa constructora, que es Danhos, también se incluye a la empresa Gigante debido a que participó en la construcción de Parque Delta y aún conserva parte de las acciones, aunado a que ejemplifica el camino que ha seguido diversas empresas en cambiar de giro económico, ya que los accionistas de Gigante deciden dejar de lado las tiendas de autoservicio y dedicarse exclusivamente al sector urbano.

Se analiza también la importancia que tienen estas empresas y sus relaciones con los distintos niveles de gobierno, lo que les ha permitido expandirse en la ciudad, controlar distintas zonas de la ciudad para entonces realizar sus inversiones e influir en las tomas de decisiones políticas que se toman en la urbe, todo este marco conllevará a entender el funcionamiento y éxito que representan ambos centros comerciales en cuanto a número de visitantes, presencia de las empresas en distintas zonas de la ciudad y diversificación de proyectos urbanos. Además, se

analiza la normativa que les ha permitido a las empresas inmobiliarias lograr sus objetivos de generación y obtención de ganancias. Se describe también las características socioeconómicas y de usos de suelo en la zona aledaña del centro comercial.

En el quinto capítulo, se abordan las consecuencias de la construcción de los centros comerciales, como lo es la incidencia en elementos de la vida cotidiana como lo es el empleo y la idea que se asume en la población de que estas edificaciones son parte del desarrollo del país. Por lo que se relacionan los centros comerciales con la empresa constructora y la tienda ancla, que sirve para atraer población e integrarse en el imaginario colectivo. Se abordan también temáticas que son difundidas desde lo político, lo económico y lo académico que es el espacio público, se intenta problematizar al respecto y relacionarlo con los centros comerciales que aquí se trabajan.

Capítulo 1: La producción del espacio: los agentes privados en la ciudad neoliberal.

La Geografía, y en gran parte las ciencias sociales, se han encargado de analizar el espacio, cómo y quién lo produce, la manera es que es modificado o reproducido. El espacio se ha convertido, por ende, en un tema fundamental de análisis y de interpretación para distintas corrientes teóricas.

Es imperante analizar el espacio desde distintas perspectivas, así como identificar todos los elementos que contribuyen en su producción. El aspecto histórico se vuelve fundamental debido a que siempre existirá alguna huella de él e incluso, puede ayudar a entender o interpretar el presente. Los intereses de los principales actores que están involucrados en la producción espacial suelen cambiar con el paso del tiempo, o al menos se adaptan a las condiciones existentes, esto a su vez dejará una marca que podrá incluso tratar de ser borrada en un futuro. Entender cada etapa histórica e identificar sus características brindará la posibilidad de un análisis más profundo.

Unos de los elementos que más relevancia adquieren son los agentes económicos que influyen de manera directa en la producción del espacio. Aunque este aspecto no siempre recibe el peso que debería tener. En ocasiones es solo visto de manera parcial o, por el contrario, visto de forma muy general como parte de una élite social que ostenta poder y tiene capacidad de decisión. Pero en ocasiones se omite que cada grupo ejerce relaciones con grupos económicos y políticos distintos, por lo que la producción espacial puede ser similar, aunque no siempre igual. Es por eso que analizar a los agentes inmobiliarios, de manera general y particular, es fundamental para comprender cómo se produce el espacio y quién tiene mayor capacidad para realizar hacerlo, aunado a que puede mostrar las diferentes alianzas que se tengan.

Los centros comerciales evidencian un sistema complejo que reestructura la ciudad para beneficio de intereses particulares y algunos gubernamentales, pero este éxito se da debido a que, dentro de la etapa actual del capitalismo, se construye un espacio en el que a la sociedad se le ha dirigido hacia la banalización evidenciada

por el consumo y el individualismo en la que el capital ha logrado que la acumulación de bienes es una prioridad. La población parece idealizar las urbanizaciones comerciales se han convertido en lugares de reunión importantes y aunque no se consume se generan ganancias para las empresas administradoras (como se verá en este escrito más adelante).

En México es cada vez más evidente la carencia de valores sociales, como el respeto y la tolerancia, que son suprimidos por el individualismo que es característico en la etapa económica actual, en la que el consumo exacerbado es un punto fundamental, pues parece no importar la forma en la que se obtienen los satisfactores si no simplemente el obtenerlos. Dentro de este marco es que las urbanizaciones en general, y en particular los centros comerciales, proliferan rápidamente sin importar el nivel socioeconómico de la población. En el país el trabajo es cada vez en más precario, con menor importancia social y los salarios están estancados, pues es el país que menos ha crecido en salario mínimo desde el año 2000 si se consideran los índices inflacionarios⁶.

La situación de la precarización del trabajo incluye no solo los bajos salarios sino el aumento en horas y días laborales, además del aumento de tiempo en transporte, ya sea en vehículo privado o transporte público, por lo que los momentos de esparcimiento, recreación y entretenimiento se convierten cada vez más escasos. Por lo tanto, la visita a centros comerciales se convierte en una prioridad, pues estos se pueden visitar en un lapso corto debido a la gran oferta que existe además de la variedad de actividades que se ofrecen al interior, como lo es un parque de diversiones, una fuente, conciertos, obras de teatro, museos, etcétera. Los centros comerciales se convierten en integradores de actividades y, por lo tanto, producen espacios acordes a la acumulación del capital, por lo que este tipo de espacios se reproducen para sectores sociales diferentes, pues se trata de que cada grupo de población tenga en su círculo próximo un inmueble donde realizar sus actividades de consumo, por lo que la acumulación no solo se da en los grandes centros

⁶ Gobierno de México 2017. México el País con peor desempeño y a la zaga de los integrantes de la OCDE. en <https://www.gob.mx/conasami/prensa/mexico-el-pais-con-peor-desempeno-y-a-la-zaga-salarial-de-los-integrantes-de-la-ocde>

comerciales localizados en zonas de las ciudades donde habitan los grupos sociales con un mayor nivel adquisitivo, además el sistema financiero o de crédito permite que la población gaste el dinero que incluso no ha ganado, además de que las constantes ofertas hacen parecer más fácil el consumo.

Con la usurpación de las actividades recreativas también se ha despojado a la sociedad de lo que Harvey, que sigue a Lefebvre, le llama el derecho a la ciudad, que era manifestado mediante actividades lúdicas, recreativas, de esparcimiento y comerciales, que han sucumbido ante el embate comercial de las grandes inmobiliarias (Harvey, 2012: 19-51). Uno de los objetivos de las relaciones de poder entre el sector político y el empresarial, es que la vida cotidiana se desarrolla en gran medida dentro de los límites del centro comercial, como es el caso de los CETRAMs en que las estaciones de transporte público se convierten en lugares donde satisfacer las necesidades de consumo y de entretenimiento. Está, además, la búsqueda de seguridad que es una de las grandes ofertas de los centros comerciales, aunque esto también genera una segregación paulatina y hasta imperceptible de actividades y personas que son expulsadas por no ir acorde con la nueva actividad comercial que se impone con el centro comercial o porque simplemente no pueden acceder a ese estilo de vida, por lo que se les distingue como “distintas” al resto de los ocupantes y por ende se les perciba como peligrosas.

El transporte es también un elemento esencial para la producción de espacios que generan la acumulación del capital. El modificar un paradero en un centro comercial evidencia las prioridades de los gobiernos en turno, pues al convertirlos en centros comerciales de paso corresponde al mismo interés de generar más espacios de consumo y para grupos sociales diferentes, aunque esto se disfrace de seguridad o, nuevamente, de una posibilidad de esparcimiento o de breve descanso después de una jornada laboral. Esto ha ocurrido en Fórum Buenavista, CETRAM Ciudad Azteca o CETRAM El Rosario.

1.1 La producción del espacio

El consumo pareciera ser entonces la única alternativa de recreación y los máximos símbolos de avance de una ciudad. Esto no es un acto fortuito, sino que es

provocado por quienes ostentan los poderes económicos y políticos de México y del mundo. Desde la perspectiva de Wolf (2001: 17), eso ocurre debido a que los grandes dueños del capital tienen las facultades y fuerza para regir la voluntad de las personas sin que estas se percaten que están siendo, de algún modo, manipulados, esto asegura el éxito del sistema económico dominante y por ende permite su reproducción incluso hasta su saturación, así es cómo los centros comerciales se han multiplicado por toda Latinoamérica en los últimos 20 años, tanto así que existen en esta región del mundo al menos 48 millones de metros cuadrados destinados que son abarcados por 1800 centros comerciales, el territorio que es utilizado con este fin es fundamental debido a que para los inversionistas es un punto primordial⁷.

Con todo y la gran competencia que existe en Latinoamérica, México es el país que tiene mayor extensión territorial dedicada a este tipo de inmuebles, superior a Brasil, aunque este tiene un mayor número de habitantes y mayor extensión territorial (Gasca, 2017: 77). La rápida construcción de centros comerciales en el continente provoca que se normalice su construcción y esta se conciba como inevitable su aparición además de que es visto como la mejor propuesta para la solución de cualquier conflicto. Así es como se ha construido un espacio en torno de los centros comerciales dentro del capitalismo.

La producción del espacio es fundamental para los agentes urbanos en particular y para el capitalismo en general, pues basa su supervivencia y éxito en la continua reproducción de espacios, lo que le asegura la generación de un mercado mayor y lograr entonces una generación de acumulación y plusvalía. Es entonces que el pensamiento de Wolf adquiere mayor sentido, pues sin una “manipulación” de la sociedad la acumulación pretendida por el sistema dominante no tendría éxito.

Henri Lefebvre (2013), asume la misma posición al asegurar que el capitalismo existe y seguirá existiendo por la producción, reproducción y ocupación de espacios, donde establece normativas que benefician a los dueños del capital en su objetivo

⁷ En Revista Inmobiliare. <http://inmobiliare.com/digital/INMOBILIARE-87.pdf> Consultada el 5 de agosto de 2016.

de acumulación. Es por eso que se producen distintos espacios con las mismas características y, por supuesto, con los mismos objetivos, por ejemplo aquellos donde, al menos en apariencia, todos tengan la posibilidad de acceder y de consumir, como los centros comerciales, esto a su vez genera, además de propiciar las actividades de consumo, la modificación y encarecimiento del suelo, actividades en las que la especulación inmobiliaria aparece como la principal beneficiaria, ya que al construir tiendas de autoservicio o departamentales se genera un mayor equipamiento para la zona además de la “satisfacción” de servicios.

El encarecimiento del suelo es también una parte de la generación o reproducción del espacio, ya que este adquiere mayor importancia para el inversor pues podrá generar plusvalía para el poseedor del suelo, es decir, no solamente para el agente inmobiliario promotor de los centros comerciales sino también para el constructor o dueño de edificios, oficinas o departamentos, aunque para los vecinos el encarecimiento puede convertirse en un “elemento de repulsión” debido a los “precios del suelo y los alquileres de los locales, los elevados impuestos, la fuerte congestión de tráfico, los mayores costes de los transportes”, la necesidad de un estacionamiento cerrado, entre otros (Zárata, 1994: 61).

Esto también puede provocar otro fenómeno que es la eliminación de ciertas actividades comerciales que podían nombrarse como tradicionales, como pueden ser desde arreglo de ropa, de aparatos electrónicos o incluso de entretenimiento, pues al subir las rentas deben subir los precios de todos los productos ofertados, lo que ocasiona que la actividad antigua no pueda competir ni sobrevivir, tal como ha ocurrido en el centro histórico de la ciudad de México con el cierre de algunos comercios (como lo son cantinas y librerías) que han tenido que cerrar ya sea porque el dueño tiene otra propuesta más lucrativa o porque el elevado costo de las rentas imposibilita seguir con el mismo producto. Aunque esto no ha sido producto de la actividad de los centros comerciales, pero sí es producto de la construcción de una ciudad neoliberal en la que en todos los puntos de la ciudad se vuelve a construir un espacio acorde con los intereses capitalistas.

Una sociedad caracterizada por la búsqueda del consumo, el encarecimiento del suelo y de los productos, así como las pérdidas de distintas actividades, construyen y son construidas por un nuevo espacio en el que todo lo anterior se convierte en parte de la cotidianidad que a su vez ha sido impulsada en gran medida por el poder económico y político. Analizar la cotidianidad también es un aspecto importante en el estudio de la producción espacial, debido a que en esta intervienen elementos como: la espontaneidad; la influencia externa; las cuestiones históricas familiares o sociales; tendencias actuales económicas; modos de comportamiento y de comunicación, ya que todo esto puede normalizar cualquier práctica y hasta naturalizarla. Ante el grueso de la sociedad los centros comerciales son un tipo de construcción inevitable y conveniente para el desarrollo de la población debido a que acarrearán diversos beneficios y formas de recreación, aunque a veces sea necesario “aniquilar” todo lo ya existente.

Henri Lefebvre (2013: 55-56), también explica que el espacio es producido por diferentes elementos, entre los que destacan la sociedad y sus características, ya que es una mezcla o “un conjunto de relaciones [...] mediante interacción y retroacción” en la que además interviene el poder político, el económico y la relación entre ellos que puede generar nuevas dinámicas. El poder y sus relaciones ya sean agentes externos o internos, tiene la potencialidad de modificar, transformar o producir cualquier espacio.

Los cambios constantes en las relaciones de poder provocan que el espacio está constantemente en modificación, pero en todo momento muestra o al menos existe evidencia de las actividades anteriores y es este punto lo que puede generar tensiones o conflictos pues en todo momento esas actividades pasadas habrán estado construidas por diversos actores que pudieran estar presentes aún o que han dejado algún tipo de legado.

En algún punto, las estructuras dominantes pueden pretender borrar o aniquilar cualquier huella del pasado si es que esta les estorba a sus intereses de clase que serán la acumulación del capital, generación de plusvalía u obtención de capital político. A esto David Harvey (2014) lo llama como una gran contradicción del

sistema capitalista pues el capital busca generar espacios nuevos con grandes innovaciones, aunque esas tengan que destruirse posteriormente para darle paso a una nueva innovación, es decir que el mismo sistema destruye lo que ha generado incluso sus propios símbolos y representaciones. Aunque varias de esos avances hayan servido para que la sociedad mejore su calidad de vida que es lo que a su vez permitirá una mayor circulación del capital que generará mayores ganancias, empero la innovación puede terminar con todo esto también.

Las características locales de un lugar se convierten, al menos en una primera instancia, en un atractivo, una peculiaridad y cualidad del lugar, esto le permite al centro comercial explotar las identidades que dan origen al nuevo espacio que está en proceso de producirse, aunque posteriormente estas mismas cualidades se convierten en un limitante que es necesario, según las empresas desarrolladoras, eliminar para romper con los vestigios que le impidan obtener mayores ganancias, esto ocurre cuando la nueva urbanización se ha consolidado ya como parte del paisaje o del espacio urbano de la zona, por lo que las antiguas o características y/o construcciones dejan de tener importancia y son destruidas, esto acontece en Plaza Delta con la destrucción primero del Parque del Seguro Social y actualmente con la destrucción de la antigua comisaría, aparentemente significativa para los antiguos vecinos de la colonia Narvarte.

En la producción del espacio, el poder político tiene un protagonismo fundamental para la reproducción del capitalismo, pues dentro del sistema económico es que se generan normativas legales y hasta sociales que dirigen a cualquier sociedad, dentro de él se moldean pensamientos y estilos de vida, es por ello que Foucault (1975: 36), asevera que "todo está ligado al desarrollo del capitalismo, (...) para este no fue posible funcionar con un sistema de poder político en cierta forma indiferente a los individuos", el mismo autor asume que el cambio de etapas capitalistas responde también a la necesidad de este de modificar el consumo, la forma de producción y la manera de controlar a la misma población para así evitar que esta adquiera cualquier sentido de agencia y actúe de manera opuesta al deseado en el sistema.

Foucault no está refiriéndose a una producción espacial, sin embargo, si se analizan todos los componentes que él le da a su análisis de la sociedad en relación con el capitalismo y el poder político se identifican los elementos que conforman una producción espacial. Incluso cuando él le da a la vigilancia y a la disciplina, un papel destacado en la conservación y desarrollo del sistema económico a partir de su naturalización, pues para el capitalismo el control de los deseos y de las formas de producción humana han sido esenciales, ya que con el desarrollo del sistema, lo que se ha pretendido es la administración de la vida (Foucault, 2012: 132-134), lo que ha constituido un éxito para el sistema en el que se inserta el éxito de los centros comerciales.

De nueva cuenta, se localizan en los centros comerciales los elementos tangibles de la teoría que explica cómo se produce un espacio, pues en ellos la vigilancia, el control sobre el cuerpo y la disciplina se manifiestan como una característica primordial y no solo dentro del inmueble sino en los alrededores, que se modifica para brindar un clima de seguridad en los sitios donde se realiza la actividad del consumo, además de que propicia la auto vigilancia y el rechazo, a veces tenue, a quienes no pertenecen al círculo socioeconómico al que está destinado el centro comercial. Se asumen también como natural y benéfico y hasta necesario la existencia de las relaciones de poder entre el sector económico y político para generar un bien común en alguna zona en específico, y con esto el ramo empresarial adquiere capital social que también le ayudará a conseguir mayores ganancias económicas. Tal es el caso de, por ejemplo, la firma Carso que ha invertido en centros comerciales específicos donde los conflictos por la delincuencia abundan, como lo es Ciudad Azteca y El Rosario, o incluso Danhos, cuyo nombre se ha adentrado entre algún sector de la sociedad que la identifican como una empresa responsable y que lleva centros de entretenimiento a diferentes zonas de la ciudad que son mejoradas mediante la inversión urbana. Ambos casos constituyen una manera similar de construir espacio, aunque van destinados a sectores sociales diferentes, el tipo de tiendas y hasta la construcción funcionan de una manera similar.

La construcción de centros comerciales funciona a partir de contradicciones del capital ya que promueven formas, lugares, construcciones, estilos de vida y mercancías como únicas y exclusivas, pero que no lo son y al mismo tiempo logran parte de su éxito debido a su repetición en diferentes lugares, por otro lado, el interés político de convertir esa ciudad en una urbe global, a la que se pretende ingresar al explotar elementos distintivos de cada ciudad.

El espacio, aunque se modifique y se reproduzca continuamente, siempre estará marcado por el pasado, eso será siempre aprovechado por los dueños del capital, que aunque generen los mismos procesos en lugares distintos, y estos cuenten con las mismas especificidades características en lugares diversos del mundo, el capital busca localidades distintivas para implantar sus prácticas, por lo tanto, se valora la excepcionalidad, la autenticidad, la originalidad, en general, la particularidad de las dimensiones sociales; esto es debido a que el capital no pretende destruir por completo la excepcionalidad, pues esto constituye una base para la apropiación de plusvalías, por lo tanto, se apoya en la diferenciación, el capital se encargará de encontrar formas de cooptar, subsumir, mercantilizar y monetizar esas diferencias (Harvey, 2005: 56).

Para los agentes capitalistas es fundamental considerar las características de cada lugar para explotarlo para después generar redes en las que se exploten esas características, y producir el consumo despilfarrado, superfluo y efímero con las construcciones de necesidades entre las redes urbanas en las que se integran al intercambio de mercado más aspectos de la vida social dentro de los territorios (Harvey, 1985: 239).

En la producción espacial, en la que se insertan los centros comerciales, se cuenta entonces con las características sociales, las fuerzas políticas y económicas, además del capital y la generación de plusvalía, por lo que se confirma lo dicho por Lefebvre (2013) y Harvey (2012) de que el espacio es un constructo social se reafirma, pues en este caso se pueden analizar cada uno de los elementos involucrados y cuál es su rol. Aunque siguen existiendo algunos analistas que continúan entendiendo al espacio como un elemento mucho menos importante.

Un ejemplo de lo anterior es Robert y Messias (2009: 105) quienes tienen una concepción de espacio que es difundida y defendida por varios científicos sociales, en la que se menciona que “el espacio no sobrepasa la función de simple escenario de procesos que ocurren en él, o en otras palabras, de sustrato de la vida material”, aunque posteriormente afirman que son las relaciones sociales las que estarán dotadas “de espacialidad [pues] no hay procesos espaciales sino procesos sociales que se manifiestan sobre la superficie terrestre [...] es una característica inmanente de cualquier proceso, sea social o natural”. Es decir que ellos continúan con una separación clásica entre los fenómenos físicos y sociales, aunque le dan al segundo una mayor categorización, esta visión no deja de ser reduccionista, pues, como se ha mencionado, todo proceso histórico queda plasmado y ayuda a construir o significar cualquier espacio, por lo que cualquier proceso social no estaría materializado sin la consideración de un marco territorial.

Se debe comprender que en la definición de los autores brasileños no se le da al espacio un valor por sí mismo o por antonomasia, además de que le está dando una característica simple de receptor de todo proceso que ahí ocurra, empero, si le da a los procesos sociales el principal protagonismo que puede producir un espacio, aunque estos procesos no serán construidos necesariamente en el lugar actual, sino que los elementos externos, y las relaciones sociales ajenas ya construidas, serán las que darán significado a ese nuevo espacio. En el análisis espacial de los centros comerciales se consideran las relaciones sociales, así como los elementos políticos y económico como los puntos medulares en el análisis, el aspecto físico es también fundamental, pues el que muestra los cambios más evidentes, es el que altera una imagen o un paisaje y que le ayuda a darle sentido al resto del análisis.

Es el aspecto urbano uno de los que sufre más modificaciones, por lo tanto, el espacio urbano está constantemente en construcción, por lo que es objeto de análisis de distintas ciencias, empero, es la Geografía una de las principales encargadas en analizar las reestructuraciones espaciales que son producto de agentes políticos e institucionales, ya que estos generan impacto y reorganización social, por lo que provocan cambios económicos que no siempre se trasladan en

beneficios del grueso de la sociedad (Ramírez, 1994: 44). El espacio es el centro de la vida política, religiosa y comercial, en el que se desarrolla la vida social, esto ocurre principalmente en las zonas urbanas donde diferentes arquitecturas tienen diversas representaciones y simbolismos, sin embargo, es según los intereses de las personas que ostentan los diferentes poderes que esas arquitecturas pueden cambiar de significado y por su puesto de actividad y sentido social (Finol, 2006: 458). Por lo tanto, la Geografía incluye en su estudio las actividades que realizan los agentes económicos y políticos para modificar realidades urbanas y actividades cotidianas.

En la era del neoliberalismo, la influencia de los poderes económicos y políticos es grande y evidente, ellos configuran casi por completo cualquier espacio para dirigirlo a sus intereses de poder de clase. En las grandes ciudades, al menos en México, se han eliminado los espacios masivos en los que la sociedad tenía capacidad de agencia y de organización en la que se podían realizar actividades si bien no estaban fuera de la lógica capitalista, al menos no estaba dirigida o no tenía como finalidad última la acumulación de capital, como por ejemplo algunos lugares de la Ciudad Deportiva de la Magdalena Mixiuca, que estaban destinados a la recreación o esparcimiento, de prácticas deportivas amateurs, de organización social, de cuestiones culturales, entre otras, y estas a su vez han sido absorbidas por el capital privado que, aunque no signifique la eliminación de la actividad, sí conlleva un encarecimiento de la actividad y por ende una eliminación de ciertos sectores sociales que no tienen acceso a ellas. Así, se le encamina a la población a adentrarse en actividades en pro de los poderes económicos y políticos, al menos dentro de las grandes ciudades que es donde se consiguen mayores ganancias.

Las modificaciones espaciales o la introducción o suplantación de actividades y de significados arquitectónicos y sociales, rompen con una armonía espacial, ya que las actividades sociales habían generado una producción espacial en la que lo primordial es la afinidad social con su entorno. Es en este momento en que en la etapa actual del capitalismo la mercancía se convierte en primordial y modifica estándares antes homogéneos entre la sociedad y rompe la posible armonía

existente, pues la mercancía produce un espacio particular con límites propios en los que puede no entrar las actividades anteriores, por lo que incluso el espacio se modifica simbólicamente, pues el comercio obliga a que quienes no puedan realizar actividad de consumo se alejen del posiblemente su antiguo espacio (Finol, 2006: 461).

Si el espacio se produjo bajo el sentido de actividades culturales o recreativas es común que quienes lo construyeron hayan sido personas de un nivel socioeconómico medio o bajo, por lo que si las actividades de comercio entraron, modificaron y encarecieron esa actividad es evidente que quedarán excluidos de esa actividad aunque esta no haya cambiado, por lo que aún al estar en los mismos límites territoriales y con las mismas actividades, la gente que generó o que inició la producción espacial quede ahora completamente excluida, esto provocará una reconstrucción del espacio que fue generada por una actividad económica, por el encarecimiento o por la privatización de la actividad, por lo tanto, dentro del capitalismo el espacio es consumido para así producir otro que gire en torno a realizar actividades o “formas de consumo promovidas por corporativos locales y globales de distribución minorista como dispositivos que articulan nuevas formas de producción y reestructuración del espacio urbano” (Gasca, 2017: 75).

El consumo se ha convertido en una parte esencial para las actividades dentro del capitalismo, y en especial en la etapa neoliberal, en la que la liberación del mercado se basa, entre otras cosas, en la libre competencia o libertad de elegir el producto que se desee comprar. Esta dinámica genera una problemática que es descrita por Harvey (2003: 115, 116), cuando menciona que “la liberación del mercado no producirá una sociedad armoniosa en la que todos prosperen, sino, por el contrario, niveles cada vez mayores de desigualdad social”, es precisamente ese uno de los principales problemas que genera el consumo exacerbado que propician los centros comerciales, pues ahí se segmenta a la sociedad, se evidencia y se hace eco de las diferencias.

La actividad comercial, caracterizada por la construcción de centros comerciales si bien pudo haber excluido a población local, también puede estar atrayendo a otros

sectores de la población con otras dinámicas, costumbres y características socioeconómicas, por lo que ese espacio podrá ser modificado por completo. Una de las causas de esa reestructuración es que la actividad comercial atrae a gran cantidad de gente. El aumento de visitantes en los centros comerciales representan el éxito de estos inmuebles, eso se demuestra en la mayor densidad urbana que ocupan estos espacios de consumo que, además, han crecido en su dimensión física, esto también es como resultado de que al inicio las plazas eran vistas como lugares meramente de consumo mientras que en la actualidad son los centros primordiales de esparcimiento, de reunión y de alimentación, entre otras, por lo que el promedio de visita ha pasado de 20 minutos a más de tres horas en promedio (Finol, 2006: 461).

1.2 El proceso espacial de los centros comerciales

La apertura de centros comerciales o en general de la actividad comercial genera un nuevo proceso espacial no solo en el lugar donde el inmueble se construye sino que lo producirá en todo el entorno, ya que se generarán formas de segregación espacial, rupturas en la anterior organización social, y podrá provocar sentimientos que les convengan a los intereses de los grandes poseedores del poder económico y político que son el miedo y la necesidad de consumo (López, 2006: 161). Estas nuevas dinámicas serán las que caractericen la etapa actual del sistema económico vigente, en el que además, según varios autores, entre ellos López (2006: 161), destacan que el espacio público ha sido aniquilado por el privado, además los centros comerciales se han convertido en el nuevo espacio público donde la sociedad se dirige a realizar cualquier actividad, principalmente por el argumento de que al interior de ellos existe seguridad, lo que no ocurre con los antiguos espacios públicos que ahora son vistos como lugares óptimos para ser víctimas de actos delincuenciales, esto permea en la colectividad y convierte en más populares a los nuevos espacios públicos.

Los empresarios urbanos, además de ser impulsores arquitectónicos, son generadores y modificadores de espacios al diseñar y construir los centros comerciales que, a su vez, se convierten en lugares centrales y anclas de los nuevos

espacios. Lulle y Paquette (2007: 338), al hablar sobre los centros comerciales, mencionan que estos son símbolos de la fragmentación y que son “nuevos espacios de convivencia urbana [que] forman parte de la vida cotidiana de los ciudadanos”. Mientras que Robert y Messias (2009: 58), completan el argumento al señalar que la producción del espacio está relacionada con la producción de las relaciones sociales. Esto va en relación pues es dentro del neoliberalismo que las alianzas y relaciones entre el Estado- empresariado son profundas y estrechas, por lo que sus relaciones se producen, se reproducen y se modifican constantemente, esto genera como consecuencia que el espacio del que ambos son arquitectos esté en constante producción y reproducción.

En la edificación de los centros comerciales se manifiestan las relaciones entre los diferentes sectores gubernamentales y el empresariado, esto es una forma sutil pero eficaz de generar espacio dentro del neoliberalismo, ya es con estos urbanismos, quienes ostentan el poder, puedan adueñarse de las actividades ahí existentes, de los excedentes de mano de obra y del plusvalor que genere ese territorio, aunque esta sea mínima (Robert y Messias. 2009: 59). Es decir, que las plazas comerciales primero pueden romper la organización existente para después conformar un tipo de relaciones específicas que permitan ejercer un dominio y una nueva dinámica a partir de una nueva organización.

Pero en la conformación de una nueva producción espacial, no todo lo que previamente existía es eliminado, pues existirán diferentes estructuras físicas y sociales que permitan darle mayor importancia al nuevo centro comercial. Incluso lo negativo suele ser aprovechado por las relaciones Estado-empresario, un ejemplo de esto son las condiciones de inseguridad que se tengan en la zona, la nueva urbanización se publicitará y funcionará como un punto seguro para la población, se explotan las diferencias entre dentro y fuera, entre el espacio seguro e inseguro. Aunado a esto, si la estructura urbana del exterior está descuidada, el paisaje también será modificado y los posibles contrastes serán aprovechados para darle a la nueva estructura comercial un mayor sentido de novedad. Es entonces que las diferencias o los contrastes entre fuera y dentro permitirán que el nuevo espacio

producido tenga singularidades contrastantes, y ese contraste mientras genere beneficios económicos a la relación Estado-empresarios seguirá siendo explotada. Es por ello que en el presente escrito se considera que los centros comerciales son parte del proceso de destrucción creativa en la que se elimina todo lo que ya no es útil al capital y se sustituye por algo más novedoso y comercializable, además de que esto permite que se reformulen las relaciones espaciales que le permiten al capitalismo obtener sus objetivos como la generación de plusvalor (Harvey, 2010: 159).

Los centros comerciales, además de materializar las relaciones entre los distintos niveles de gobierno-empresarios, evidencian la producción espacial urbana que se da dentro del neoliberalismo, ya que no solo concentran actividades de ocio y consumo, sino que incluyen también actividades laborales que serán típicas de la época económica actual y que el Estado permite y propicia con distintas normativas que disminuyen los beneficios del trabajador. Son los mismos trabajadores los primeros encargados en generar exclusión del mismo nuevo espacio mediante la vigilancia extrema que se tiende a realizar de lo “diferente”, es decir, dentro de los centros comerciales se ha producido un espacio tendiente a lo panóptico que es propiciado por el Estado y la empresa, esto a su vez genera un clima de seguridad a los visitantes de los centros comerciales y justifica la expansión de este tipo de inmuebles, mientras que acrecienta el capital social para el sector político debido a que se construyen lugares seguros para la sociedad y se “generan centros de trabajo”. Esto es uno de los principales discursos de los agentes políticos y económicos cada que se acepta y anuncia un nuevo proyecto o cuando este es inaugurado.

Los discursos justifican casi cualquier edificación, aunque eso no exentará a las construcciones de objeciones por parte de la sociedad o, incluso de otros sectores económicos, que pueden si bien pueden complementar la construcción del centro comercial, también pueden alterarla. Esto provoca que un inmueble, por muy exitoso que sea en cuestión de generación de ganancias, pueda ser transformado en cualquier otro elemento si es que aparece una actividad más lucrativa. Aunque este

punto pareciera actualmente impensable debido a las ganancias que dejan los centros comerciales, en un futuro podría darse debido, por ejemplo, a la creciente tendencia de realizar compras por internet o incluso por la inseguridad que representa el arribo a los centros de comercio.

Si una nueva transformación sucediera, la producción de un nuevo espacio también estaría conservando elementos de la etapa comercial actual. Esto demuestra que la construcción del espacio es un largo proceso en el que se involucran diversas temporalidades y actores, y en la cuestión urbana la materialidad tiene también importancia ya que será lo más visible del nuevo espacio construido, aunque no será en ningún caso una determinante para su transformación. Pero la cuestión social, histórica y económica asumen un papel protagónico, los resultados actuales de ese proceso de construcción muestran la historia de una etapa urbana que en otro momento quedará superada, aunque su huella permanecerá. En la valorización del espacio estarán entonces involucrados diversos factores que harán factible la conservación o eliminación de ese espacio que han producido las diversas alianzas, si este ha sido un caso de éxito entonces se repetirán los mismos procesos en diversas zonas de la ciudad.

Es precisamente este caso el que permite a diferentes empresas urbanísticas generar diversos centros comerciales en zonas distantes y distintas entre sí, así se cuentan a Sordo Madaleno que han repetido el mismo modelo desde la construcción de Plaza Universidad en la década de 1960, aunque en la actualidad los desarrollos comerciales que impulsan son de mayor extensión territorial y aglutinan más actividades, como es el caso de su más reciente inversión que es El Toreo, donde se conforma un complejo urbano en una zona que fue y aun es reconocida por la población como popular. Aquí se conservan los elementos que le permiten a ese nuevo urbanismo adquirir valor como lo es el mismo nombre y las condiciones sociales que ahí están presentes, pues por un lado está lo característico de una zona de la ciudad distinguida por la inseguridad y por otro una sección cercana distinguida de recursos económicos medios y altos que es precisamente para quienes va dirigido ese complejo.

Los centros comerciales son vistos como una reproducción de las mismas dinámicas económicas e imágenes urbanas, ante esto es que la localización adquiere una latente importancia. Cada ubicación tiene características propias y únicas, aunque las generalidades hacia el interior de las plazas se repitan, esto provocará que se generen condiciones desiguales en la generación de plusvalías lo que ocasiona que el proceso destructivo de las condiciones que impiden una mayor acumulación de capital desaparezca de diferentes formas (Robert y Messias, 2009: 109). La localización entonces es fundamental para valorar el espacio. Un centro comercial, por lo general, acrecentará el valor que tenga un lugar, es en este punto en el que la historia espacial adquiere mayor importancia, pues si este ha sido un lugar con importancia económica será más fácil que se logren la acumulación de plusvalor,

La ubicación es un elemento fundamental de los centros comerciales, ya que con ello se establecerá el tipo de comercios que se instalará y se buscará acortar los recorridos de los visitantes al otorgarles un centro de consumo cercano a sus lugares de residencia o de trabajo, además de que se intenta aumentar la presencia de espacios destinados a las mercantilización, esto también generará que el *mall* dote de mayor valor económico al espacio producido que, a su vez, se convierte en un producto intercambiable, al igual que todas las relaciones que ahí se lleven a cabo, ya que se habrá dotado de múltiples elementos: es el lugar de inversión de empresas inmobiliarias, es también lugar de consumo, de tráfico de mercancías y de trabajo, es además un espacio habitacional y centro laboral, por lo que si se llegara a dar una saturación de comercial, el espacio podrá ser modificado sin ningún impedimento, en este caso la localización será de nuevo un punto nodal ya que será un elemento fundamental para reproducir este espacio (Robert y Messias. 2009: 107).

1.3 Los centros comerciales una conceptualización.

Los centros comerciales son lugares urbanos comunes en la actualidad en casi cualquier ciudad del mundo por lo que es son tema cotidiano incluso en la prensa, sin embargo, en ciencias sociales existe apenas algunas definiciones de ellos, esto

también es provocado por la gran variedad de centros comerciales existentes, que se diferencian en estilos, formas, tamaños, localización, tiendas, etcétera. Es por ello que incluso existen clasificaciones específicas y organismos privados que se dedican a evaluar e interponer reglamentos que todo centro comercial debe seguir si es que pretende obtener prestigio y pertenecer a dichas instituciones de carácter privado, aunque existe un sinnúmero de ellos que se autonombren como plazas, aunque lo único que tienen en realidad son locales aglomerados en un mismo lugar.

Este tipo de urbanismo se han convertido en icónicos del capitalismo neoliberal, en primer lugar, por la transformación del paisaje citadino que es trastocado para imponer construcciones modernas y de gran tamaño, esto a su vez evidencia la inversión que se realiza en una ciudad que tiende a lo global y que mediante la actividad urbanística y comercial pretende generar competitividad y atraer mayor inversión, por lo que su construcción es propiciada por agentes inmobiliarios y por el Estado.

Son también una de las formas que los empresarios encuentran mayor seguridad de inversión y de obtención de ganancias por lo que actualmente proliferan las urbanizadoras que pretenden ingresar en este rubro en el mundo. Parte del éxito inmobiliario y empresarial es debido a que, como se mencionó en el apartado anterior, los centros comerciales cuentan hoy en día con una gran aceptación entre la sociedad, al menos en México, debido a que se han formado en el imaginario colectivo como lugares de esparcimiento que brindan seguridad y se puede acceder a una gran variedad de artículos en un mismo punto.

Dentro del capitalismo es fundamental que todos los sectores sociales estén inmersos en el consumo, es por ello que se construyen espacios destinados para personas con niveles socioeconómicos diferentes, eso genera que exista una enorme gama de plazas comerciales que se diferencian en la extensión territorial, la localización, la oferta de productos, tiendas o precios que existen en el interior del establecimiento. Esto ocasiona que cada sector socioeconómico tenga centros comerciales específicos. Los más lujosos donde se localizan las tiendas departamentales más “exclusivas” y los más pequeños donde incluso convergen

comercios locales con tienda de cadena o servicios financieros. Aunque en todos los lugares la idea fundamental es la de aglomerar locales comerciales y diversificar la oferta.

Esto provoca que existan también una gran variedad de definiciones y descripciones de lo que es un centro comercial. Algunos de los estudios que se hacen sobre los llamados *malls* se hacen bajo las perspectivas teóricas pertenecientes a la posmodernidad en los que se analizan experiencias personales, lugares de encuentro, lugares imaginarios, entre otras (es pertinente mencionar que ese tipo de estudios no se consideran en este estudio por no ser relevantes para el cumplimiento de los objetivos).

Los centros comerciales y su impacto han trascendido en esta época por lo que incluso en artículos de difusión se han adentrado en estos debates⁸. Una de las razones es porque son espacios atractivos para los consumidores, pero también para pequeños inversores que tratan de adentrarse en el medio comercial. En Delta es común que, en temporadas de ventas altas, aumente el número de ofertantes con pequeños anaqueles o kioscos, aunque la inversión es alta. Además de que la inversión no solo se realiza dentro del gran centro comercial, sino que aumenta a los alrededores de la gran plaza de manera formal e informal, aunque es objetivo de los empresarios y gobiernos que la segunda no exista en los alrededores del gran comercio.

En la Geografía mexicana la mayoría de los análisis que se han realizado hablan precisamente de que los centros comerciales llegan a México en el contexto de una economía globalizada, por ejemplo, algunos trabajos al respecto son los de Guillermo Aguilar (2000) y Daniel Hiernaux (1999). Ambos autores, con sus distintos matices y objetivos, muestran que en el neoliberalismo se modifica todo aspecto característico de una ciudad para que esta se convierta en un espacio globalizado en el que se privilegien las actividades comerciales masivas que beneficien a las

⁸ En Chilango.com <http://www.chilango.com/general/nota/2014/12/25/la-historia-de-los-grandes-centros-comerciales-del-df> <http://ciudadanosenred.com.mx/la-historia-de-los-grandes-centros-comerciales-del-df/>
Consultada en agosto de 2016.

grandes empresas. Aunque uno de los trabajos principales que hablan sobre el tema, es el que realiza Liliana López Levi (1999, 2009), quien hizo una revisión completa de la instalación de las plazas comerciales en la ciudad de México.

Liliana López Levi (1999, 2008), define al centro comercial como un grupo de tiendas o de comercios localizados en una misma unidad territorial, sin separaciones físicas y puede ser de varios niveles, puede o no tener visión hacia el exterior, aunque eso dependerá del estilo arquitectónico, además de que cuenta con almacenes que sobresalen a los demás en cuanto a tamaño, prestigio e importancia, los cuales son nombrados como tiendas ancla que funcionará como la principal atracción, estos en México serán tiendas departamentales, como Liverpool, El Palacio de Hierro, Sears, Sanborns, entre otros, además de tiendas de autoservicio o cines y alrededor de ella es que se construirán los demás comercios, los que además en su inmensa mayoría serán reconocidos como tiendas de cadena. López Levi agrega que el centro comercial se puede construir hacia lo vertical u horizontal. Los de mayor tamaño suelen romper la imagen urbana circundante ya que por lo general son construcciones nuevas o cuidadas y lujosas, lo que no corresponde con el entorno a menos de que el entorno haya sido construido como parte del mismo proyecto urbano.

Luis Alfonso Escudero (2008: 26 - 40), realiza una revisión de las múltiples definiciones que existen y de los debates que se abren en torno a lo que es un centro comercial, él explica que muchas definiciones incluyen conceptualizaciones básicas como que son distritos o áreas de consumo, gobernados por instituciones públicas o privadas hasta cuestiones más elaboradas que incluyen que son áreas urbanas planificadas por diferentes administradores; mientras que en otras el aspecto territorial es elemental, en primera instancia porque varias definiciones hablan que las plazas son exclusivas de los grandes centros urbanas, y en segunda debido a mientras mayor sea más cantidad de comercios podrá haber, por lo que la densidad y concentración de locales será mayor, y es eso precisamente lo que puede dar una diferencia entre lo que, según él, debe ser considerado como centro comercial.

Escudero (2008) también presenta una distinción entre una zona con grandes dimensiones comerciales de un centro comercial, menciona que las primeras están complementadas por varios comercios individuales, mientras que los centros comerciales concentran esta actividad en un espacio cerrado que ha sido desarrollada en especial con capital privado, por lo que generalmente tiene un tamaño muy superior al de otras estructuras. Aunque esta última definición no siempre se cumple ya que existen algunos centros comerciales que tienen una alta concentración de locales en poca extensión territorial, aunque sí tienden a estar completamente cerrado, aislados del exterior y ofertar una diferente especialización comercial.

Las plazas comerciales están ideadas para eliminar la distancia existente entre comercios con diferente especialización y así generar la idea de homogeneidad, por lo que también generan simbolismos urbanos y culturales en los que se promueve el consumo, la seguridad, la vigilancia constante, la organización e higiene, por lo que es común que en la publicidad aparezcan como sitios de entrenamiento y de reunión (López, 1999: 23-60).

Emilio Pradilla (2008: 45) converge con López Levi y sostiene que un centro comercial al tener la idea de aglomerar o concentrar locales comerciales que tienen diferentes giros, se trata de beneficiar al consumidor ya que en un mismo lugar puede encontrar diferentes ofertas comerciales, mientras que para el comerciante también es benéfico porque se aprovecha de que la demanda que tengan otros comercios para promocionarse o conseguir más ventas. Por lo tanto, también se procura que en un centro comercial exista la cobertura de diferentes demandas y satisfactores, aunque puedan ser totalmente distintos entre ellos, aunque el tipo de tiendas puede estar en relación con el tipo de centro comercial que se trate.

Por su parte, José Gasca (2017 y 2018), menciona que el centro comercial es una gran superficie donde convergen diversas empresas o tiendas minoristas, en las que se ofrecen servicios especializados, aunado a que “son modelos de negocio orientados hacia mercados de gran demanda”, además de mencionar, también, que

favorecen la economía de aglomeración, en la que las tiendas obtienen beneficios con la proximidad con otro tipo de establecimientos.

Aunque también existe una gran diversidad de plazas o centros comerciales de muy poca extensión territorial, solo toman algunos locales y no cuentan con alguna tienda ancla, solo funcionan como concentradores de la actividad comercial en la que intervienen también comercios locales. En muchos de estos casos el comercio más importante es una institución bancaria, aunque estos distan mucho de parecerse a los grandes *malls*, es también una tendencia de que comercios o tiendas pequeñas se aglutinen para hacer frente a los grandes comercios, además que, en el imaginario de la gente, estos también funcionan como plazas.

En un inicio los centros comerciales formaban solo la aglomeración de comercios, pero al paso del tiempo incluyeron diferentes atracciones y realizan innovaciones, como lo menciona Pradilla (2008: 45), se introducen la idea de calles al interior de las plazas, se produce un centro administrativo que permite controlar el flujo de visitantes y le brinda a los empresarios urbanos la posibilidad de ejercer un acceso privado y vigilado ante la necesidad de otorgar a los usuarios un ambiente de seguridad, homogeneidad y, en algunos lugares, exclusividad. Un medio de control también serán el tipo de tiendas que existan al interior y los precios que se manejen en ellas, así las personas que no puedan adquirir algún producto a los precios que ahí se manejan se autoexcluirán de esos nuevos espacios con lo que se cumplirá las características de exclusividad.

En un inicio, los centros comerciales alrededor del mundo, y por supuesto también en México, se proyectaban para las clases medias y altas que eran las que tenían los recursos suficientes para adquirir los productos que se ofertaban en esas plazas, aunque en los últimos 15 años esa perspectiva ha cambiado y su oferta a aumentado y se ha extendido, lo que permitió que los centros comerciales se diversificaran en cuanto a oferta, tamaño y público al que van dirigidos por lo que inició la construcción de centros comerciales en zonas donde la población es perteneciente a sectores medios e incluso bajos de la sociedad, en estos puede ser

que no exista una totalidad de marcas trasnacionales o que la mayoría de las tiendas sean de cadenas.

Emilio Pradilla (2008: 45) menciona que las plazas comerciales se diversifican y adquieren aspectos de combinación según sean los intereses del capital inmobiliario que ha ideado el proyecto y el tipo de usuarios al que vayan dirigidos, esto es lo que delimitará qué tipo de tiendas y el tamaño en general de la plaza además de las actividades que se harán al interior; aunque este autor afirma que los centros comerciales de mayor importancia, y por ende de mayor impacto urbano, económico y social, son los de “los grupos económicos: comercio restaurantes y hoteles, Servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler y, en menor medida, giros de transporte, almacenaje y comunicaciones”.

La diversificación de los centros comerciales ha provocado que tengan diferentes implicaciones que abarcan lo económico, político y social, ya que llevan implícitas cuestiones como la modificación urbana, inversión, relaciones de poder, anclas para otros proyectos, entre otros. México es un ejemplo de esto por lo que se puede analizar brevemente desde el surgimiento de las plazas hasta la etapa actual.

El origen de los centros comerciales se da en Europa desde la década de 1950, posteriormente llegan y se masifican en Estados Unidos en los años posteriores a 1960. Patricia Ramírez Kuri (1994: 48), explica que las tiendas departamentales europeas y norteamericanas influenciaron en México la aparición de los centros comerciales ya que “facilitaron el acto de comprar presentándolo como una actividad agradable y estimulante, en escenarios espléndidos”. Es entonces cuando en México llega la influencia comercial y se comienza a impulsar y adoptar los estándares de consumo que eran típicos de los Estados Unidos de América (López, 2006: 158).

Francisco Cruz (2008: 17), por su parte, afirma que esto se debe a que en la segunda mitad del siglo XX se masificó el consumo en el mundo, por lo que muchos inversionistas vieron la posibilidad de obtener mayores ganancias regenerando algunos espacios para hacer de esta actividad la principal, esto fue entonces copiado por empresarios urbanos mexicanos que, a finales de los sesenta, aunque

al inicio el gobierno mantuvo un control sobre estos urbanismos negando permisos de su construcción, pero luego de su fuerte expansión y masificación se dejó de tener un control principalmente sobre los grandes proyectos que están poco conectados a las necesidades de la ciudad. López 1999; 111) lo explica de una manera similar, aunque agrega otras características al mencionar que en esa época es que en México se sigue la tendencia de integrar diferentes tiendas departamentales en un solo espacio, por lo que se copian los patrones urbanos espaciales estadounidenses. El consumo generalizado en el mundo posterior a la segunda guerra mundial obligó a que surgieran las ideas de suburbios definidos para que se realizaran las actividades de consumo y que así le fuera más sencillo a los consumidores llegar, uno de los precursores de estas ideas fue Víctor Gruen a quien se le considera como el padre de los centros comerciales (López, 2006: 157).

En específico, según Núñez (2007: 84), el primer centro comercial en inaugurarse fue Plaza del Sol en 1969, en la Zona Metropolitana de Guadalajara, a la par de esta se inauguraron Plaza Universidad y Plaza Satélite, en 1970 y 1971 respectivamente, aunque estas dos fueron las primeras en proyectarse (López 1999: 111), aunque Cruz (2008: 67) afirma que la primera en el país es Plaza Universidad⁹. Estos centros comerciales también son de los primeros en construirse en América Latina, aunque la primera plaza se edifica en Brasil durante 1966¹⁰.

Aunque ambas plazas correspondían a diferentes procesos urbanos. Mientras que Plaza del Sol y Universidad, en ciudades distintas tenían un proceso similar al estar localizadas, en ese momento, en los límites urbanos y estaban destinadas a población con altos recursos económicos, por lo que la mayoría de las tiendas eran de prestigio. Mientras que Ciudad Satélite, al norte del Distrito Federal, correspondía a la urbanización de una nueva ciudad dentro de la misma zona metropolitana, por

⁹ En las páginas oficiales de Plaza Universidad y del Grupo Sordo Madaleno, se anuncia como fecha de inauguración 1969. *Plaza Universidad*. <http://plaza-universidad.com/nosotros.html> Visto agosto 2015. *Grupo Sordo Madaleno*, <http://www.sordomadaleno.com/sma/es/projects/plaza-universidad-2/?filter=commercial> Consultada en agosto 2015.

¹⁰ Lizan, Jorge. 2015 *Perspectivas 2015 para centros comerciales en Latinoamérica*. En *Inmobiliare* 87. P 108-118. <http://inmobiliare.com/digital/INMOBILIARE-87.pdf> Consultada en agosto de 2015.

lo que había que llevar todos los servicios necesarios, entre ellos la nueva forma de comercio que estaba por iniciar en el país.

Sin embargo, existían ya otros centros comerciales como Plaza Inn, Galerías y Polanco, estos tenían distintas características como la utilización de oficinas, restaurantes y bancos en vez de tiendas departamentales (López, 1999: 111). En 1980, las tiendas departamentales El Palacio de Hierro y Liverpool, promovieron la construcción de Perisur, que fue en su momento el centro comercial más moderno y con características internacionales, de todos los que ya se estaban instalando en México además de que fue la primera vez que las tiendas más lujosas del país estuvieran juntas en un mismo espacio (López, 1999: 112).

En la década de 1980 se dan grandes cambios económicos en México, especialmente con la adopción del modelo neoliberal implementado por el entonces presidente Miguel de la Madrid (1982-1988), esto como respuesta a las grandes crisis económicas que el país enfrentó desde la década anterior. Las crisis funcionaron como pretexto para la implantación del nuevo modelo económico que buscaba el libre mercado y que fluyera el capital internacional sin restricciones, es entonces que el comercio comienza a tener una expansión física mediante la construcción de centros comerciales, aunque estos no han representado beneficios para el país (Pradilla, 2008: 46, 47).

Una primera etapa de masificación de la construcción de centros comerciales es en la década de 1990, justo cuando el país está ya inserto en el sistema neoliberal, es que inicia el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y con él, según Harvey (2005: 112) se reducían las barreras arancelarias a la importación y de protección a la producción nacional, además de que se modificó la Constitución de 1917 que protegía al sector primario, especialmente desde la reforma al Artículo 27 constitucional en 1992 y la creación del Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Titulación de Solares. (PROCEDE), todo esto provocó el encarecimiento de productos básicos y la imposibilidad del sector campesino nacional y agrícola de competir con otros países desarrollados, por lo que continuó un abandono masivo del campo y migraciones internas a las ciudades medias lo que generó la expansión

de los límites territoriales de las ciudades, en especial la de México. Además de que se introdujo y masificó un estilo alimenticio típico de comida rápida que sustituyó el tipo de alimentación básica mexicana, este hecho ha provocado también el crecimiento y masificación de los centros comerciales en las grandes ciudades, pues en todos ellos existe un lugar destinado a la comida rápida que, por lo general, es de los sitios más visitados en las plazas. Con el TLCAN se generó un ambiente propicio para la inversión privada y extranjera, por lo que se da una fuerte expansión de los centros comerciales, en esta etapa en la oferta de los centros comerciales se diversifica aún más con, por ejemplo, zonas de comida rápida, además de que comienzan a construirse megaproyectos que combinan lo comercial, lo financiero y la vivienda (Antún y Muñoz, 1992: 6 en Pradilla, 2008: 49).

Durante esta época a los centros comerciales se les dotó de características innovadoras y modernas, esto ayudaba a generar la idea de una ciudad competitiva en un mundo globalizado. Sin embargo, esa misma búsqueda de competitividad genera pérdida de elementos distintivos en la ciudad, inestabilidad laboral o incluso pérdida de empleo. Es en esta década en la que se comienza a hablar ya de una manera generalizada que la actividad comercial en la ciudad de México se ha extendido a lo largo de la ciudad y no es exclusiva de una zona en específico de la ciudad, lo que comenzó por afectar a un gran sector de la población que se dedicaba a actividades comerciales (López, 2006: 158).

En esta época también se comienzan a reproducir rápidamente diferentes maneras de consumir el espacio y de realizar actividades de ocio y recreación. Además, también se diversificaron las zonas de localización, de los centros comerciales ya que comienza una fuerte expansión hacia prácticamente toda la ciudad de México, en especial al oriente de la zona metropolitana, lo que representó un primer intento por parte de los inversores inmobiliarios para lograr que todos los sectores fueran considerados en los nuevos proyectos urbanos de intercambio mercantil (Pradilla, 2008, 49).

Es en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988 – 1994), es decir dentro del neoliberalismo, cuando el estilo de tienda como el de Perisur va a proliferar por todo

el país en especial en la ZMCM. Dentro de las justificaciones más utilizadas para la construcción de las plazas comerciales está el uso de la modernidad y competitividad de la ciudad. Con esa perspectiva, a inicios de la década de 1990, se construyeron Pabellón Polanco e Interlomas, ambas en las zonas de mayor plusvalía del Distrito Federal, lo que influenció para que este modelo de tienda proliferara aún más. Sin embargo, la crisis económica de 1994 afectó el nivel adquisitivo de la población. Lo que obligó a los empresarios a buscar un mayor mercado por lo que se comenzaron a edificar plazas comerciales en zonas identificadas de clase media y baja, como Nezahualcóyotl, Aragón, Ecatepec, etcétera (López, 1999: 112).

Posterior a la década del año 2000, las características que siguen las empresas constructoras de centros comerciales son variadas. Lo que predomina es una enorme diversidad de arquitecturas, tamaños, proyectos, inmobiliarias, entre otros. Emilio Pradilla (2008: 50) menciona que después del año 2000 la tendencia es que las plazas comerciales formen parte, casi en su totalidad, de megaproyectos urbanos que contengan hoteles, torres, oficinas, zonas de esparcimiento, etcétera, esto debido a que los promotores inmobiliarios pretenden brindar “la posibilidad de un desarrollo integral de la vida cotidiana en ellas, sin necesidad de salir”. Esto ocurre en sectores socioeconómicos altos y bajos por igual, aunque funcionan de distinta manera según sea el sector del que se trate.

En el presente siglo las diversidades de los centros comerciales se muestran como lugares que fungen como “plazas de la ciudad” con arquitecturas multifuncionales y que se toman como ejemplos urbanos, además de que se les pretende dotar de interacción, turismo, y esparcimiento (López, 2006: 159).

La masificación de los centros comerciales en la ciudad de México ha contribuido a evidenciar la “desigualdad en la zona metropolitana [que] es muy heterogénea, hay gran desigualdad en la distribución del equipamiento urbano, de los centros educativos, de aquellos de consumo, de esparcimiento” (López, 2006: 149). Las plazas se convierten en solo un punto específico de las modificaciones que los empresarios urbanos le han realizado a la ciudad, pero es quizá uno de los puntos

más visibles por el tamaño y arquitectura que conjuntan y por lo tanto sus repercusiones también suelen ser de las más visibles, como lo son la fragmentación urbana y la desarticulación social debido a que la mayoría de la inversión se realiza en las zonas más favorecidas, que es donde inician los muros y las marcas en el terreno que anuncian o evidencian la conquista territorial por parte del sector privado, con lo que se muestra su importancia (López, 2006: 151, 152).

1.4 La importancia de las empresas en la ciudad neoliberal.

Las ciudades son transformadas continuamente según las características de la población, sus necesidades, las características económicas de cada época y, también, quedan algunos rasgos de la importancia que hayan tenido diversos grupos de poder. En la ciudad se localizan varios elementos que marcaron una época específica y la forma en que se manifestaba dicho poder. Por ejemplo, en el trazado de las calles estaban acordes con elementos ideológicos como las iglesias. Cuando los centros de las ciudades aglomeraban toda actividad comercial, política, cultural, toda la actividad, por ejemplo, el transporte, giraba alrededor de ese centro, el cual ha perdido esa importancia en la ciudad neoliberal. El centro comercial, cuando cumple con algunas características que se mencionarán posteriormente, ayudará a la “generación de nuevos centros” y a producir un nuevo espacio urbano en el que las empresas inmobiliarias asumen un rol fundamental.

El movimiento de población

Dentro del neoliberalismo es común que se dé un movimiento de población por varias causas como lo es el desarrollo desigual entre ciudades o dentro de la misma urbe, la eliminación de actividades primarias, la generación de pobreza, entre otras, por lo tanto, los centros urbanos tienden a crecer cada vez más. La aniquilación de la propiedad de social o comunal del campo proviene desde los cambios constitucionales de la primera mitad de la década de 1990 con, por ejemplo, el PROCEDE¹¹ que facilitó la especulación inmobiliaria en las zonas limítrofes entre el campo y la ciudad con lo que se propició el crecimiento de la segunda debido a que

¹¹ Programa de Certificación de Derechos Ejidales, que entró en vigor en 1992, en él se le daba la libertad al campesino de decidir sobre su posesión ejidal.

la población fue expulsada de su lugar de origen y se modificó su forma de trabajo que podía ser el campo o la ganadería, a su vez, varios de esos antiguos ejidos se convirtieron en equipamientos urbanos o fraccionamientos, con esto no solo avanzó la ciudad física sino que dentro de la urbe se facilitó la existencia de mano de obra barata que es la que abunda en torno a los centros comerciales entre varias actividades más, esto también provoca que las divisiones socioeconómicas dentro de una ciudad se vuelvan más evidentes.

En México, en la época neoliberal, el crecimiento urbano tiene como característica un aparente desorden y desarrollo, debido a que los grupos inversores también se han diversificado por lo que buscan zonas en las ciudades donde puedan obtener mayores ganancias económicas más allá de lograr el bien común, por lo que es frecuente que la una zona que ofrezca ganancias rápidamente sea más explotada o transformada que otras zonas en la misma ciudad. Esto ocurre, por ejemplo, en las delegaciones centrales de la Ciudad de México, donde se vive actualmente una constante inversión que transforma el entorno urbano y produce un encarecimiento del suelo y por ende un proceso de “aburguesamiento” de algunas zonas, mientras que en sectores más populares la inversión es mucho más escasa no solo en inmuebles sino en infraestructura, esto no significa que no exista inversión privada o pública, solo que esta es completamente desigual y perjudicial para los sectores menos favorecidos económicamente.

En la época neoliberal, la construcción de ciudad con sus propias características es primordial, es por ello que, desde el inicio de esta etapa del capitalismo en México, el espacio urbano se ha ido conformando de elementos típicos del neoliberalismo, como lo es que desde la primera mitad de la década de 1990 se volvía ya común que los recursos públicos recibieran inversión del capital público-privado, por lo que era este sector el que se comenzaba a beneficiar del crecimiento urbano y crecimiento de las inversiones inmobiliarias (Ramírez, 1994: 46), que es un aspecto que hoy en día es común y abundante. En México se tiene identificado el inicio de la época neoliberal el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988), en ese sexenio que se comienzan a dar los grandes cambios urbanos que tienen a los empresarios

privados como los principales promotores, además de que uno de sus principales objetivos, junto con los diferentes niveles de gobierno, era que la ciudad esté en concordancia con el mercado mundial, por lo mismo, es el inicio de los espacios destinados al consumo (Ramírez, 1994: 44). Es también la primera etapa de masificación de los centros comerciales en la zona metropolitana de la ciudad de México en la que todos los proyectos fueron ejecutados por agentes privados mientras que el sector público otorgaba las facilidades necesarias incluso desde el otorgar algunos terrenos o al generar un cambio en uso de suelo.

El neoliberalismo es la etapa actual del capitalismo, que tiene como características el auge la eliminación de la responsabilidad social del Estado que es asumida también por los sectores privados de la economía, siempre en búsqueda de ganancia económica. Lo que se procura dentro de este periodo es que exista la libre competencia que permita generar la acumulación del capital, mientras que el gobierno procura que la empresa privada tenga total libertad para lograr sus intereses, por lo que elimina cualquier barrera que les impide generar ganancias. Los gobiernos de las ciudades son facilitadores incluso en la distribución de todo tipo de recursos humanos, naturales y hasta de los servicios públicos para que estos sean vistos como un esquema inversionista con finalidades lucrativas que a su vez atraerán mayor inversión privada que será impulsada, en muchos casos, con recursos públicos, es decir que en la ciudad neoliberal es común la existencia de las alianzas entre los sectores estatales y privados (López, 2006: 149).

En la ciudad es donde más se observan estas condiciones pues el aparato gubernamental permite que la empresa privada construya y, además, planifique la ciudad según sus intereses, aunque esto no represente un beneficio para todos los sectores sociales. Mientras que en otro momento son las instituciones estatales las que propician, buscan e incentivan el que la iniciativa privada sea quien realice inversiones, esto puede verse por ejemplo en los nuevos paraderos de transporte público, en especial el CETRAM El Rosario, o en el ahora conocido como Fórum Buenavista. En ambos las distintas instancias de gobierno buscaron en el capital privado el mejoramiento y aprovechamiento de ese espacio que estaba destinado

al transporte público. La edificación de las plazas comerciales son una forma visible de lo que ocurre en la ciudad neoliberal, ya que en su construcción interviene el capital privado y el aval de los distintos niveles de gobierno, además de que las actividades o características anteriores, se desplazan o se aprovechan para complementar la actividad comercial.

Para los sectores gubernamentales es importante dar continuación al neoliberalismo pues, como lo menciona Harvey (2005: 74, 75) que uno de sus principales argumentos son que, los activos se deben liberar del Estado y este debe a su vez fomentar la propiedad privada para propiciar la competencia en todos los sectores, ya sean empresas o incluso ciudades, esto generará “la mejora” de los sectores que entren en competencia pues ellos al tratar de generar mayores ganancias producirán mejoras en lo que se ofrece a la población en general, además al propiciar el adelgazamiento del Estado se producirá la eliminación de los trámites burocráticos y la disminución de los costos por los mismos trámites y por el pago de aranceles, ajustes fiscales o controles ambientales o urbanos, por lo tanto, la población accederá a un bien de una manera más rápida, más barata y de mejor calidad, por lo que el Estado nacional debe de ajustarse a las políticas mundiales. Aunque el neoliberalismo, al menos en la cuestión urbana en la ciudad de México, no ha logrado que esto se cumpla.

En este marco es que surgen diversas inversiones que modifican cualquier espacio urbano que se convierta en un elemento de acumulación de capital, aunque no debe verse que las únicas personas con capacidad de construir o producir un espacio urbano sean los que ostentan los poderes económicos y políticos, sino que existen grupos antagónicos a estos sectores que también intervienen en la construcción de ciudad, es entonces que pueden surgir diversas disputas que modifican la imagen o identidad que pudiera tener cualquier parte de una ciudad.

Lo que modifica una ciudad cualquiera, en cualquier lugar del mundo, puede corresponder a factores de diversas escalas. En un mundo cada vez más globalizado lo que pueda ocurrir en algún punto del mundo tendrá repercusiones a varios kilómetros de distancia, por lo que una escala global estará presente en casi

todo momento en casi cualquier lugar del mundo. Por lo que analizar las innovaciones que transforman el espacio urbano es un trabajo arduo en el que intervienen diversos elementos en los que sin duda se deben considerar los históricos.

En la construcción del espacio urbano están presentes “el capital, la reproducción social, el control político [...] en contexto de la economía mundial” (Smith, 2005: 59). Aunque no solo actúan los elementos internacionales, sino que también estarán presentes ciertas particularidades locales que brindarán al nuevo urbanismo una forma de distinguirse y de motivar la venta, por lo tanto, en todo momento es necesario la existencia de una relación intrínseca entre el gobierno y las empresas inmobiliarias en pro de una mayor competitividad que mejore la imagen de la ciudad en un plano local e internacional. Lo que se ha llamado ciudad global, es entonces resultado de los elementos mundiales y propios de cada ciudad, aunque es la escala global la que “conlleva un cambio decisivo en el tipo de relaciones sociales y económicas [y estos elementos] afectan cada vez más directamente a las ciudades” (Smith, 2005: 64).

La ciudad tiene características propias como lo son, por ejemplo, calles, avenidas, construcciones, inmuebles y grupos de población que le dan significado a cada espacio. Pero son los elementos materiales los que le dan el sentido de unicidad o desintegración a un espacio. El espacio urbano es entonces un producto de la sociedad que a su vez produce y reproduce espacio, por lo que las relaciones humanas se convierten en el elemento de mayor importancia en el análisis de la producción de una ciudad.

Según Harvey (1985: 25), la ciudad está llena de simbolismos en los que se puede identificar rasgos culturales, en los que se representa el orden social existente, las aspiraciones y necesidades sociales, en las que también van insertas las normas políticas y económicas del momento que además se mezclan con aspiraciones y normas anteriores, por lo que la forma espacial asume una significativa importancia pues a través de ella es que se manipulan los significados simbólicos, en esto la

arquitectura también tiene un papel primordial por su poder de manipular el orden social existente.

La ciudad es el lugar que representa, al menos en el imaginario popular, la oportunidad de desarrollo y de mejorar la calidad de vida, incluso también se pueden encontrar resistencias al gran capital o al control político, pues diversos grupos pueden resignificar el espacio o incluso apropiárselo o construirlo para generar espacios alternos, aunque su existencia es compleja. Sin embargo, la ciudad se ha cargado de violencia, alta densidad demográfica, contaminación, dificultad de movilidad, estrés, entre otras cosas, por lo que la población busca, por lo general, alejarse de esos males de la sociedad esto provoca que se llegue a pagar altos costos por conseguir “seguridad”, además de la posibilidad de acceder a un estilo de vida al que no se corresponde aunque sea de manera ficticia, y esa se convierte en una generadora de plusvalía del gran capital, pues se venden soluciones parciales a los grandes males de la misma ciudad neoliberal. Esto ha generado que ciertas edificaciones presentan características de la etapa económica actual en la que se oferta prácticamente lo que antes era un derecho para el ciudadano como lo es el libre acceso, o el sentirse en un medio seguro y homogéneo. Los centros o plazas comerciales son ejemplos típicos de esto.

La ciudad de México muestra características locales y globales que se manifiestan en estructuras urbanas, algunas de ellas históricas que tienen orígenes en diferentes épocas. Muchas de esas estructuras se tratan de salvaguardar y respetar, pero es sin duda lo global lo que gana terreno en los más recientes lustros, la transformación de la ciudad tradicional en urbe global ha ganado terreno y es el sector terciario de la economía el que más ha crecido, ya sea el comercio, lo financiero o los servicios, para los que se han modificado gran parte de la ciudad para destinarlos a estos sectores. Emilio Pradilla ha hecho constantes acercamientos teóricos a este aspecto al denominarlos como “corredores terciarios”, de los que menciona que proceden del cambio de etapa económica en que se vive en la que los servicios financieros ocupan un puesto fundamental, pues se deben dar facilidades para que las personas accedan de una manera fácil y

rápida a recursos económicos, por lo que abrir más sucursales es de vital importancia, esto aunado a que las instituciones bancarias son las que ofrecen la liquidez necesaria a las empresas urbanizadoras (Pradilla y Pino, 2004: 72 y Pradilla, 2008: 45).

El surgimiento de corredores terciarios es un tema fundamental y característico de la ciudad neoliberal, sin embargo, el mismo Pradilla (2008) argumenta que estos no han sido lo suficientemente abordados desde la academia ni mucho menos desde las instancias gubernamentales, aunque esto lo arguyó hace más de diez años aún es un argumento válido debido a que la mayoría de las investigaciones hacen alusión a la tercerización de la economía de la ciudad por completo, la gentrificación de ciertas zonas, el crecimiento urbano, los nuevos proyectos o ciudades amuralladas, entre otras. Por su parte, José Gasca (2017, 83), coincide en que el centro comercial forma corredores terciarios al aprovechar la accesibilidad que brindan las vialidades primarias, lo que a su vez permite “estructurar nuevas relaciones funcionales”, además de que permiten la concentración de la actividad terciaria y con eso generar atracción y la posibilidad de acceder a un mayor mercado.

Aunque también es imperante mencionar que no todo está destinado a formar corredores, pues en la nueva estructuración urbana que existen diferentes maneras de reconfiguración social y económica en la ciudad, una de esas son la construcción de los corredores terciarios, pero también de espacios destinados al mismo sector económico sin que se formen necesariamente corredores sino como enclaves o islas en zonas donde la actividad comercial no es total, tal es el caso de Ciudad Jardín en el municipio de Nezahualcóyotl o en Huixquilucan, ambos en el estado mexiquense, donde se encuentra una diferente centralidad que no forma un corredor.

Pradilla y Pino (2004: 72) al hablar de los corredores terciarios también retoman argumentaciones sobre las diferentes centralidades existentes y sus análisis académicos que, según ellos, son escasos y ninguno de ellas reflejan o explican la complejidad espacial de la etapa neoliberal, pues la mayoría han sido escritas a

mediados del siglo XX cuando la dinámica urbana era muy diferente a lo que es hoy en día en la que hay procesos urbanos generados por la dinámica económica y social actual, aunque ambos autores sí identifican características que continúan existiendo en las ciudades como los flujos de información y de personas, los soportes físicos, modos de transporte privado y público (aunque estos se han modificado en gran medida) y los capitales públicos y privados que invierten para modificar el entorno o generar otras centralidades.

Lo que también se ha modificado, según los mismos autores (Pradilla y Pino, 2004: 72), es la planeación urbana, ya que ahora quien manda es el “patrón neoliberal de acumulación” con su principal faceta que es la del dominio del capital privado que avanza sobre lo público, lo que finalmente da como resultado la aniquilación del espacio público y de todas las actividades que ahí se realizaban, por lo tanto, también de la imagen, del paisaje e incluso de la estructura social, a este proceso de destruir para posteriormente edificar nuevas estructuras que van acordes con el sistema dominante, David Harvey (2000: 180) la llama “destrucción creativa del territorio”, con lo que se mezcla lo antiguo con lo actual, en la que los agentes del capitalismo se adueñan de los elementos existentes para generar una comercialización, esto también incluye características sociales o conocimientos culturales que son utilizados para la comercialización.

La privatización de ciertos sectores de la ciudad, así como la construcción de corredores terciarios, generan una nueva forma de organización dentro de las urbes, algunas de estas son las que privilegian el encierro y el aislamiento de diversos sectores sociales (López, 2006: 147, 148). La destrucción del territorio conlleva también mensaje simbólico de exclusión del diferente, del que no tiene “derecho” a ocupar dicho espacio, por lo que las plazas comerciales son parte importante de este proceso destrucción-construcción, pues forman parte de las nuevas formas de organización urbana dentro del neoliberalismo, nuevamente se encuentran ejemplos evidentes de esto, como lo son CETRAM y Plaza Delta, ambos que modificaron sus entornos para dar paso a las nuevas centros comerciales, además de que sus actividades fueron destruidas o al menos transformadas para dar paso a

una imagen simbólica del comercio. Estos elementos son fundamentales para generar corredores o centralidades terciarias en la ciudad.

El que la ciudad tenga un funcionamiento neoliberal acarrea diversas consecuencias, como ya se ha dicho, uno de los principales es una mayor polarización social, en la cual el consumo entra como un elemento esencial para segregar población que, producto del miedo, intenta separarse de la población que consideran no pertenecen a sus mismas características socioeconómicas, eso hace que crezcan los urbanismos con barreras físicas, simbólicas y económicas, aunque hayan sido las mismas consecuencias del capitalismo neoliberal uno de los principales causantes de la inseguridad que se vive en las ciudades (López. 2006: 150, 152, 153). El Estado en coordinación con las empresas urbanizadoras y, en general, los inversionistas, generan una constante contradicción ya que difunden el discurso de inseguridad, pero al mismo tiempo adentran a la población a un mundo de moda y de consumo que gran parte de la población no tiene la posibilidad de acceder, lo que genera un mundo individualizado, un aspecto característico del sistema dominante actual (López, 2006: 154, 155).

El neoliberalismo es ampliamente contradictorio en sus aspectos teóricos y prácticos, esto se visualiza en la forma de construir una ciudad neoliberal, pues menciona que a la par que se busca generar una ciudad global, tendiente al comercio y a la modificación de estilos de vida, uno de los elementos que más se promocionan son los que brindan seguridad y aíslan a la población en fraccionamientos cerrados o en espacios que cuentan con una vigilancia extrema que hacen sentir a la población seguridad y tranquilidad aunque esto no elimina los problemas existentes (López, 2006: 147).

La ciudad neoliberal, al menos en México, pertenece a una característica de encierro y amurallada, en la que intervienen intereses económicos y políticos que van ligados. Los centros comerciales pertenecen a la ciudad caracterizada por muros y barreras, aunque no siempre los muros son visibles, pueden ser barreras simuladas o parciales, con cámaras de vigilancia al interior y al exterior. Lo que se busca es quizá una auto segregación, si no pertenezco a ese grupo social al que va

destinado el nuevo espacio se debe lograr una autoexclusión, pues para él habrá otras plazas donde su nivel socioeconómico le permita acceder. Una diferencia entre Delta y CETRAM El Rosario, es que la primera es pensada para un público de nivel socioeconómico medio y medio alto, la segunda se ideó para niveles personas con un nivel económico medio-bajo, además de que EL CETRAM El Rosario fue construido bajo el argumento de disminuir la delincuencia en el paradero.

La ciudad de México se cuenta como una ciudad neoliberal en la que se ha podido sentir el resultado de dicho sistema. Como se ha mencionado, distintos autores mencionan esto en diferentes circunstancias que van desde las privatizaciones en sectores sociales, el implemento de políticas urbanas o planeaciones que no solo van ligadas al capital privado, sino que incluso son hechas por ellos (tema que se tratará en otro apartado), el aumento de la inseguridad y el crecimiento de la ciudad amurallada. Harvey (2005: 111,115) hace un recorrido (con más de diez años de antelación), de lo que ha significado para esta urbe la etapa más reciente del capitalismo, pues dice que dio inicio una ola de criminalidad que la convirtió en una de las urbes más violentas de América Latina, la ola de privatizaciones significó reformas laborales que atentan contra la seguridad social de la población, por lo que a partir de 1980 surgieron y se reprimieron movimientos obreros, aunque en los discursos estatales, que incluyen a Salinas, a los gobiernos panistas y el de Peña Nieto, aseguraron que estos cambios permitieron la flexibilidad laboral que el país y la ciudad necesitan para avanzar hacia “el desarrollo”.

Harvey (2005: 173) explica que existieron personas, como Carlos Slim, que se beneficiaron de las privatizaciones, concentración de capitales o concesiones con las que se les permitía controlar compañías que habían sido estatales, con esto crece la especulación inmobiliaria sobre el suelo urbano ya que iniciaba el discurso político y económico, de convertir a la Ciudad de México en ciudad global, por lo se masifican las construcciones en las que intervienen capitales privados nacionales y extranjeros, para hacer a esta ciudad en atractiva para la inversión financiera, aunque esto provocó también que en la ciudad convivieran en espacios próximos la opulencia de nuevas construcciones con diferente destinos (como vivienda,

corporativos, comercios, entre otros) con pueblos tradicionales o colonias marginadas.

La búsqueda de una mayor inversión provocó encarecimiento en los procesos de construcción o de compraventa del suelo y se justifican diferentes procesos urbanos. En lo referente a centros comerciales, esto ha sido muy evidente ya que desde la década de 1990 las urbanizadoras, además de aumentar su presencia, se han diversificado en cuanto a su origen o, al menos, las empresas de capital mexicano han extendido diversas alianzas con capital extranjero, es así como aparece, por ejemplo, MRP, que aunque tiene una inversión mexicana, el grueso del capital con el que operan, o al menos con el que inician e incluso el nombre de la empresa, es de origen estadounidense. Las tiendas que ocupan diferentes locales en las plazas también se han diversificado y ahora un porcentaje alto corresponde a firmas transnacionales o multinacionales, esto permite que el espacio comercial sea reconocido y tenga mayor prestigio por lo que su impacto urbano puede ser mayor debido a la afluencia que tenga. La entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, también impulsó la apertura de más número de tiendas y que estas a su vez aumentarían el número de centros comerciales donde establecerse. Pradilla (2008: 57) al respecto argumenta que el flujo comercial internacional se apoderó de las decisiones de la ciudad, por lo que fue necesario la apertura de mayor número de lugares donde se propiciara dicho flujo.

Esto da como resultado que, la llamada ciudad global al menos en el caso de la ciudad de México, esté completamente desarticulada en espacios próximos, además en la que los problemas más comunes no tengan solución de fondo sino que sean vistos como una forma de inversión urbana alejando a la población con ciertos recursos económicos o aislándola con complejos sistemas de seguridad o al generar espacios ampliamente vigilados, con eso crecen los elementos simbólicos en la ciudad que provocan también una fragmentación visible que se convierte en cotidiana. En esta fragmentación es el consumo un punto importante y trascendental.

David Harvey (2005: 377), menciona que en las ciudades globales es cada vez más común el consumo de masa, por lo cual se ha generado una lucha creciente por atraer inversiones a las distintas ciudades y a posibles compradores, por lo tanto se generan espacios para el consumo destinados a diferentes sectores económicos en distintas zonas de la ciudad, lo que provoca elitización o innovación cultural (que en pudiera ser que en realidad está trasformando las actividades cotidianas típicas de la zona), esto con el afán de atraer mayor número de consumidores. Es decir que la innovación surge como un elemento fundamental en la ciudad neoliberal, ya que, por la amplia saturación de zonas comerciales, lo único que pueden ofertar los empresarios inmobiliarios son las novedades que ofrezcan en su territorio lo único de lo que se puede sacar ventaja, aunque esto acarrea como consecuencia la generación de una sociedad principalmente consumista.

Esto también ocurre en la ciudad de México, aunque no en todos los casos representa un éxito rotundo, pues en ocasiones la masificación de espacios de consumo genera una saturación y exceso de competencia por lo que pueden existir centros de comercio que no generen éxito alguno y que estos se tengan que transformar. Otro proceso es que se construyan plazas donde la población circundante no corresponda totalmente con el tipo de productos que se ofertan como en el caso de Plaza Parque Tezontle donde solo en temporadas altas de consumo la plaza tiene gran afluencia, pero el resto lo que son las tiendas de autoservicio cuentan con visitantes constantemente.

1.5 Los centros comerciales: la generación de ganancia.

El suelo urbano es un bien escaso, por lo que a quien lo controla le permite conseguir o aumentar su poder y ganancia. El poseer parte de la ciudad a través de diversos medios, ya sea por compra, argumentos legales o favores políticos, se facilita la concentración del suelo para que se realicen inversiones inmobiliarias para la construcción de infraestructura urbana como lo son: fraccionamientos, viviendas, corporativos, plazas comerciales, etcétera.

En un ejemplo de lo anterior está Plaza Artz Pedregal, que fue construida por la inmobiliaria Sordo-Madaleno, una de las empresas más prestigiosas y exitosas en

el rubro, aunque también de las que son más cercanas a los diferentes niveles de gobierno. Artz, fue construido como un conjunto de usos mixtos que pretende equipararse con centros comerciales lujosos, el desarrollo fue inaugurado por el entonces jefe de gobierno Miguel Ángel Mancera en marzo de 2018, sin embargo, en junio del mismo año una parte de la estructura de la plaza se derrumbó, esto provocó que se evidenciaran incumplimientos en la construcción y la permisividad de ciertos niveles de gobierno¹². Aunque por el momento no se ha esclarecido el suceso.

El inversionista elegirá la mejor forma de explotar económicamente ese lugar para que le otorgue ganancias deseadas, es por ello que el grupo inversor o desarrollador adquiere importancia ya que todo espacio será generado o modificado para que el empresario logre sus objetivos. Cada grupo inversor tendrá sus propias lógicas de localización y alianzas económicas, políticas e incluso familiares que les permitan generar plusvalía en forma de renta, por ejemplo, FIBRA DANHOS, comúnmente busca edificar sus desarrollos en zonas donde el grueso de la población sea de nivel adquisitivo medio y medio-alto, debido a que sus plazas siempre cuentan con tiendas cuyos compradores pertenecen primordialmente a este nivel, como lo es Liverpool.

El uso del suelo es, según Zárte (1994: 60-61), “el elemento más dinámico y cambiante de todos los que integran la morfología urbana”. Es el que dará sentido a la renta, la cual se basa en el poder monopolista de los propietarios privados, esto les permite tener un control exclusivo sobre el suelo (Harvey; 2005. 30). La renta será el resultado de las relaciones sociales que establecen determinadas circunstancias que permiten poner un precio a la porción de la tierra de la que se trate, el cual irá acorde con las actividades que ahí se generen y con la capacidad de obtener plusvalía (Jaramillo, 2008: 4, 5, 6). Los agentes urbanos, si bien no son quienes establecen la renta, sí asumen un papel significado al generar construcciones que se instalan entre la sociedad como elementos de mejora urbana

¹² Tello, Natividad, *Et al.* 2018. En Excelsior: <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/advierten-negligencia-en-colapso-de-la-plaza-artz-pedregal/1252062>, 13 de julio 2018 Consultada en agosto de 2018

y de generación de “estatus”, aunque para esto se necesiten generar cambios urbanos rápidos y constantes.

La tierra urbana, según Jaramillo (2008: 94, 95, 96), tiene “la capacidad de generar espacio”, pero para que así ocurra, primero se deben de dar procesos sociales económicos en los que se adapte la tierra para el objetivo deseado que es la obtención de plusvalía, y como un paso posterior, se requiere que el nuevo espacio producido se ligue con el consumo, que es lo que se puede denominar “articulación secundaria”. En Parque Delta y CETRAM se aprecia este proceso, en el que el espacio es consumido para posteriormente, con base en diferentes relaciones, convertirlo en un espacio de consumo con sus diferentes características.

Un aspecto comúnmente poco valorado pero que resulta importante en la generación de una renta es el capital simbólico que es explotado con diferentes fines, como lo es conservar un rasgo distintivo, además de buscar identificación en la población cercana local, esto a su vez garantiza cierta estabilidad a los inversores con lo que la renta puede aumentar. En Parque Delta, por ejemplo, se explotó durante más de diez años todo simbolismo que fue resultado de la actividad que se realizó durante casi medio siglo para que la plaza fuera ubicada e identificada de manera inmediata por los posibles compradores, además de que dio la impresión de que se respetó lo más posible la historia espacial del lugar.

Para el sistema capitalista todo caduca y la historia cuando deja de brindar ganancias puede ser eliminada sin ningún reparo, así la historia puede ser eliminada o negada para que el nuevo pensamiento, que está basado en soluciones universales, florezca (Harvey, 2001: 138). Los centros comerciales siguen justo este proceso de eliminación en pro del progreso y la competitividad, en especial las plazas que han sido construidas después del año 2000, ya que por lo general lo que se busca es una arquitectura llamativa, aunque rompa con la imagen del lugar, por lo que no se buscan exaltar elementos tradicionales o históricos. Esto cobra sentido en Parque Delta, donde todos los elementos que hacían referencia al pasado del espacio, referentes al beisbol profesional, han sido eliminados poco a poco, esto ocurrió en el área de comida rápida y en los cines donde existían galerías referentes

a ese deporte o en el estacionamiento donde todo era alusivo a esa misma actividad.

El poseer un pedazo de terreno le permitirá al dueño de esa parcela obtener una ganancia en forma de renta absoluta y, por lo tanto, mayores ganancias, por lo que para ellos es importante generar mayor presencia en la urbe y así evita que aparezca posible competencia que merme sus ganancias (Robert y Messias. 2009: 102). Así, las empresas inmobiliarias, como CARSO, busca generar más inversión y diversificar sus construcciones, ya que esta firma puede edificar fraccionamientos, centros comerciales, paraderos de autobuses, edificios, entre otros, en diferentes zonas de la ciudad, para así tener presencia en zonas de distintas características socioeconómicas y evitar que los terrenos sean ocupados por sus competidores. Sin embargo, en lo que se refiere a la Ciudad de México, la concentración de centros comerciales no ha sido del todo perjudicial para los inversionistas inmobiliarios, ya que han logrado generar espacios destinados al consumo con lo cual han encarecido cualquier tipo de renta existente, en ocasiones surgen alianzas entre grupos inversores para conformar una zona comercial de mayor extensión territorial. Esto ocurre con algunas Inmobiliarias que se han destacado en las últimas décadas en la construcción de centros comerciales como lo es el caso de la empresa constructora MRP.

La mayor concentración de inversión generará una mayor plusvalía al tender hacia el monopolio y centralización de la inversión. Las marcas, tiendas y el capital simbólico al interior de los centros comerciales asumen un papel fundamental en la generación o elevación de la renta, aunque son las empresas desarrolladoras las que tienen un papel protagónico en la generación de la renta (Harvey, 2005: 48). Dentro de las principales empresas inmobiliarias se puede mencionar a Carso, Danhos, Sordo Madaleno, *Mexico Retail Properties* (MRP) (Gráfica 1), debido a que son las empresas que más centros comerciales han construido en la Ciudad de México, además de que cuyas plazas comerciales son de las de mayor tamaño, por lo tanto, son de las que mayores ganancias obtienen, por lo que la obtención de la

renta está relacionada con la ubicación y con la repetición de los comercios de cada empresa.

La renta y la lógica de localización están estrechamente ligadas, por lo que el inversor busca en todo momento una localización que le brinde mejores beneficios y una mayor plusvalía, eso es en parte el motivo de la actual expansión de la ciudad de México. Hasta mediados del siglo XX el crecimiento de la ciudad giró en torno casi solamente al centro histórico, a partir del cual se expandió la vivienda y zonas comerciales, sin embargo, el aumento de la población aunado a la desigualdad de generó nuevas necesidades de consumo. Todo esto provocó que surgieran nuevas modalidades en el consumo entre ellas los centros comerciales que junto con la necesidad de nuevas vialidades para el crecimiento urbano terminó con la importancia del centro en la ciudad de México (Pradilla, 2013: 225-227).

Gráfica 1: Centros comerciales por urbanizadora



Fuente: levantamiento propio (Datos en el anexo).

Según Pradilla (2013: 227), los centros comerciales se adhieren a la formación de los corredores terciarios y ayudan a la formación de la instalación de nuevas vías, esto funciona como atractor de inversión y por consiguiente, aumenta el valor de la renta en poco tiempo, de ahí una importancia fundamental de las plazas

comerciales, ya que son uno de los componentes básicos de los corredores, ya que incluyen servicios financieros, de entretenimiento, de autoservicio, entre varios más y la tendencia creciente actual es que el *mall* comparta un terreno con nuevas unidades de vivienda, generalmente con crecimiento vertical, y corporativos empresariales. Los centros comerciales aparecen como un elemento fundamental en la producción de un nuevo espacio que tiende a generar una renta monopolista que surge de la mezcla de la actividad comercial y de la expansión de las actividades terciarias, si se sigue este argumento, se podría considerar que Delta se ha convertido en un ejemplo de atractor de inversores, como lo evidencia su ampliación, que a su vez le colaboran en hacer de esta plaza una centralidad en la zona oriente de la ciudad.

La renta absoluta, según Robert y Messias. (2009: 104), que concuerdan y retoman en sus argumentos a David Harvey, mencionan que es una de las máximas expresiones del capitalismo y, en general de la propiedad privada del espacio, que “aparece como la forma absoluta de cobro al derecho de utilización de una parcela del espacio físico”. Mientras que Harvey (1990: 333-335) menciona que la renta es el pago que se le hace al dueño de una parcela del terreno, en la que interviene de una forma primordial la ubicación, pues esta puede aumentar o disminuir dicho pago. Aunque en el caso de los centros comerciales, y otros urbanismos, las lógicas de localización pueden romperse y convertir las rentas en elevadas cuando se han realizado estructuras que brinden algo totalmente ajeno a su espacio circundante, como lo es en algunos centros comerciales del oriente de la ciudad que rompen el entorno urbano, como por ejemplo Plaza Jardín localizada en el municipio de Nezahualcóyotl, que aunque la plaza no corresponde al entorno urbano de la Ciudad de México, su renta al interior es elevada pues permite, según los inversores, librarse de los conflictos de inseguridad que se viven al exterior.

La localización continúa siendo un elemento primordial para la obtención de renta en el entorno urbano, así lo mencionan Robert y Messias (2009: 104, 105), al definir este proceso como la obtención de una renta diferencial que basa sus ganancias en las cualidades, físicas o sociales, de un lugar, ejemplifican además que en la

cuestión urbana la diferencia en la localización provoca que el valor crezca o disminuya. Mientras que definen como una renta monopolista como la que está ligada a la singularidad de los lugares y en el límite privado que se tenga sobre el terreno y sin tenerlo que compartir con otras empresas, es entonces cuando las empresas o grupos inversores cuentan con mayores ganancias.

Si bien existe una alta tendencia a concentrar los centros comerciales sobre las principales vías de comunicación, no siempre se cumple esta característica, ya que se ha localizado que existen plazas en algunas zonas que no se localizan sobre las principales vías de comunicación, e incluso esta es una de las características que sus desarrolladores impulsan como parte de una exclusividad en su acceso, pues la dificultad de llegar provoca que solo se arribe con automóvil o que tu vivienda esté localizada muy próxima.

Existen varios ejemplos de este tipo de comercio principalmente en las zonas de Santa Fe (aunque estos podrían considerarse parte de un gran corredor o una gran vía comercial-financiera), el norponiente de la zona metropolitana y algunas plazas en el oriente de la ciudad, incluso podría considerarse Plaza Cuicuilco parte de este modelo ya que si bien se localiza en las afluencias de Periférico e Insurgentes, se localiza al interior de un terreno que funciona más como centro financiero que como comercial.

Las plazas comerciales pueden funcionar como detonador o de crecimiento urbano o económico, de ayuda a formar algún corredor comercial, sin embargo, existen también varios centros comerciales que no buscan detonar la zona sino aprovechar las condiciones existentes, por lo que las plazas son pequeñas, pero hacia el interior se repite toda la dinámica de un centro comercial grande, incluso la tienda ancla tienden a ser las mismas. En otros casos en la colocación de las plazas solo se aprovechó la existencia de un terreno que se tuvo la facilidad de urbanizar. Aunque algunas de estas plazas pueden ser el inicio de algún subcorredor comercial en el que pueda estar iniciando un efecto de fragmentación de las áreas antes integradas” y así se desplaza o destruye lo antiguo por “una nueva arquitectura” (Pradilla, 2013: 227).

Capítulo 2 Los centros comerciales en la Ciudad de México.

En la actualidad, hay una gran variedad de centros comerciales, aunque hay diferentes maneras de clasificarlos: por su extensión territorial; por el tiempo de tiendas; por la arquitectura; por el nivel socioeconómico de la población a la que va dirigido; entre otras. Parque Delta y CETRAM El Rosario, representan dos tipos distintos de plazas dentro de la Ciudad de México, ambas representan a grupos urbanísticos distintos, van dirigidas a públicos diferentes y tienen una dinámica cotidiana poco parecida, aunque a las dos se les puede considerar como centros comerciales grandes, que son precisamente los que se consideraron para el presente estudio. Para ello se consideraron como características que las plazas tuvieran una extensión territorial superior a los 1000 metros cuadrados y tengan al menos que una tienda ancla que puede ser ya sea departamental, de autoservicio o cine.

Se buscó, además, que dentro de los establecimientos se tuviera la cobertura de las siguientes demandas: alimentos, ropa, servicios financieros, lugares de entretenimiento y espacios deportivos, ya que estos son los elementos principales que buscan los consumidores. Es decir que cubra casi todas las necesidades de la población. Otra característica es que al menos el 50% de los comercios al interior fueran tiendas de cadenas internacionales. Se estiman las plazas ubicadas en la ZMCM desde 1969 hasta las que se proyectan en el año 2018. Por lo que todas las plazas comerciales que se hablen en este trabajo serán las que cubran estas características, esto da un total de 137 centros comerciales los que se analizaron, es entonces que debido a la diversidad de centros comerciales y de sus distintas características, que José Gasca (2017, 78) cuanta más de 200 plazas.

La metodología que se aplicó para realizar la búsqueda de datos fue recorridos de campo por las zonas donde en apariencia existía mayor concentración de plazas para identificarlas a ellas y a sus empresas desarrolladoras. Búsqueda de bibliografía específica del tema. Posteriormente, se realizaron búsquedas

exhaustivas vía internet de diferentes formas: Por centro comercial; por empresa desarrolladora; por delegación y municipio. Finalmente, se realizó otro periodo de campo para preguntar en las administraciones de las plazas por los datos faltantes.

Los datos completos que se han buscado de los centros comerciales son: nombre; dirección completa; año de apertura; desarrolladora; tiendas ancla; número de locales y tiendas actuales; extensión territorial; número de cajones de estacionamiento; y si se trata de un proyecto meramente comercial o un megaproyecto urbano que incluya oficinas, hotel, centros de convenciones entre otros, con estos datos es entonces posible realizar un análisis de los elementos más significativos que influyen en el desarrollo de los centros comerciales en la Ciudad de México.

2.1 Los patrones de localización de los centros comerciales en la Ciudad de México.

La localización de los centros comerciales en la Ciudad de México tiene estrecha relación con la temporalidad en la que fueron construidos y con la empresa desarrolladora. Los niveles de gobierno también están involucrados ya que, en ocasiones, facilitan el acceso al terreno, permiten la construcción de accesos, generan los cambios de usos de suelo si es que son necesarios, entre otras cuestiones. La localización del centro comercial es fundamental y depende de diversos factores, anteriormente se buscaba acceso a un predio inhabitado para entonces realizar estudios de mercado y la compra del terreno. en la etapa actual lo que más importa para el establecimiento de un nuevo inmueble es el nivel socioeconómico de la población circundante y las ganancias potenciales, además de las facilidades que brinden los distintos tipos de gobierno, si ambas satisfacen a los inversionistas entonces se busca y consigue algún terreno casi a cualquier costo.

La construcción de centros comerciales, y en general de diversas formas urbanas, corresponden a prácticas características del capitalismo, pues la construcción de espacios que cumplan con sus objetivos de acumulación de capital resulta imperante y más si se tiene como marco una crisis económica como las que ha atravesado el país desde la década de 1970. Es por ello, que se tiende a replicar

los centros comerciales en diferentes zonas de la ciudad sin importar las características socioeconómicas de la población, ya que lo que se modificará será el tipo de tiendas existentes al interior, aunque todo funcione de la misma manera.

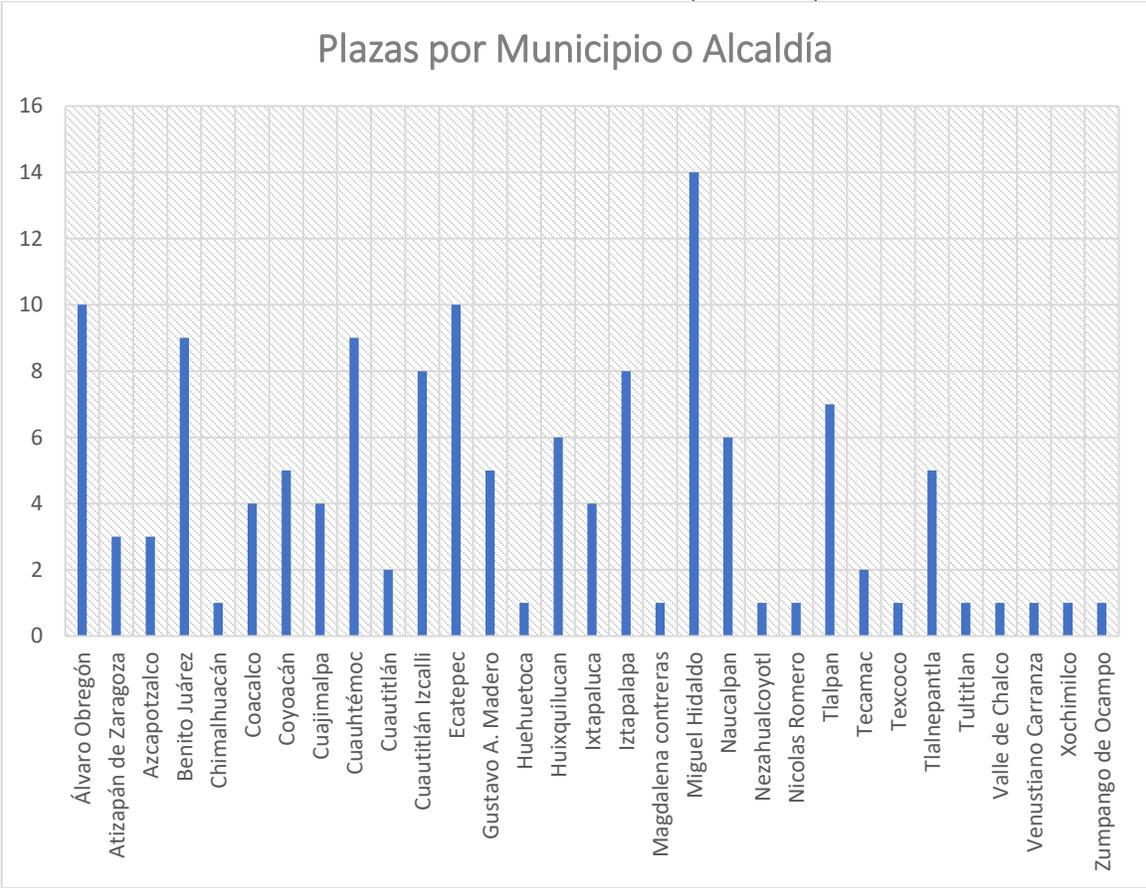
En este apartado, primero se describe brevemente la localización general, así como los patrones de localización de los centros comerciales, posteriormente se explicarán las características generales en el proceso de construcción de los centros comerciales por década.

Del total de las plazas analizadas en este trabajo, 81 se localizan en lo que hasta 2017 fue Distrito Federal y 51 en los municipios pertenecientes al estado de México. En ambas administraciones las plazas comerciales muestran tendencias en su localización, como es que las vías de comunicación se convierten en elementos principales, ya que la gran mayoría de los centros comerciales en esta ciudad, están edificadas sobre las vialidades primarias. En el estado de México, la localización es primordialmente sobre las carreteras federales y autopistas o, en su defecto, sobre vialidades secundarias que tienen conexión directa con las primeras, aunque este tipo de localización corresponde a centros comerciales aislados o, por el contrario, que aglutinen más de dos plazas para aumentar la oferta. La localización principal está sobre las carreteras que comunican el Distrito Federal con los estados de Querétaro y Puebla, mientras que en el anillo periférico también se localiza una alta tendencia a la construcción de plazas. La mayor densidad la tienen también en los municipios de Naucalpan y Cuautitlán Izcalli, así como en la parte limítrofe de la delegación Miguel Hidalgo con Naucalpan. Solo en Huixquilucan la ubicación es diferente, ya que conforman otra centralidad con una multitud de plazas muy al interior del municipio (Mapa 1; gráfica 2).

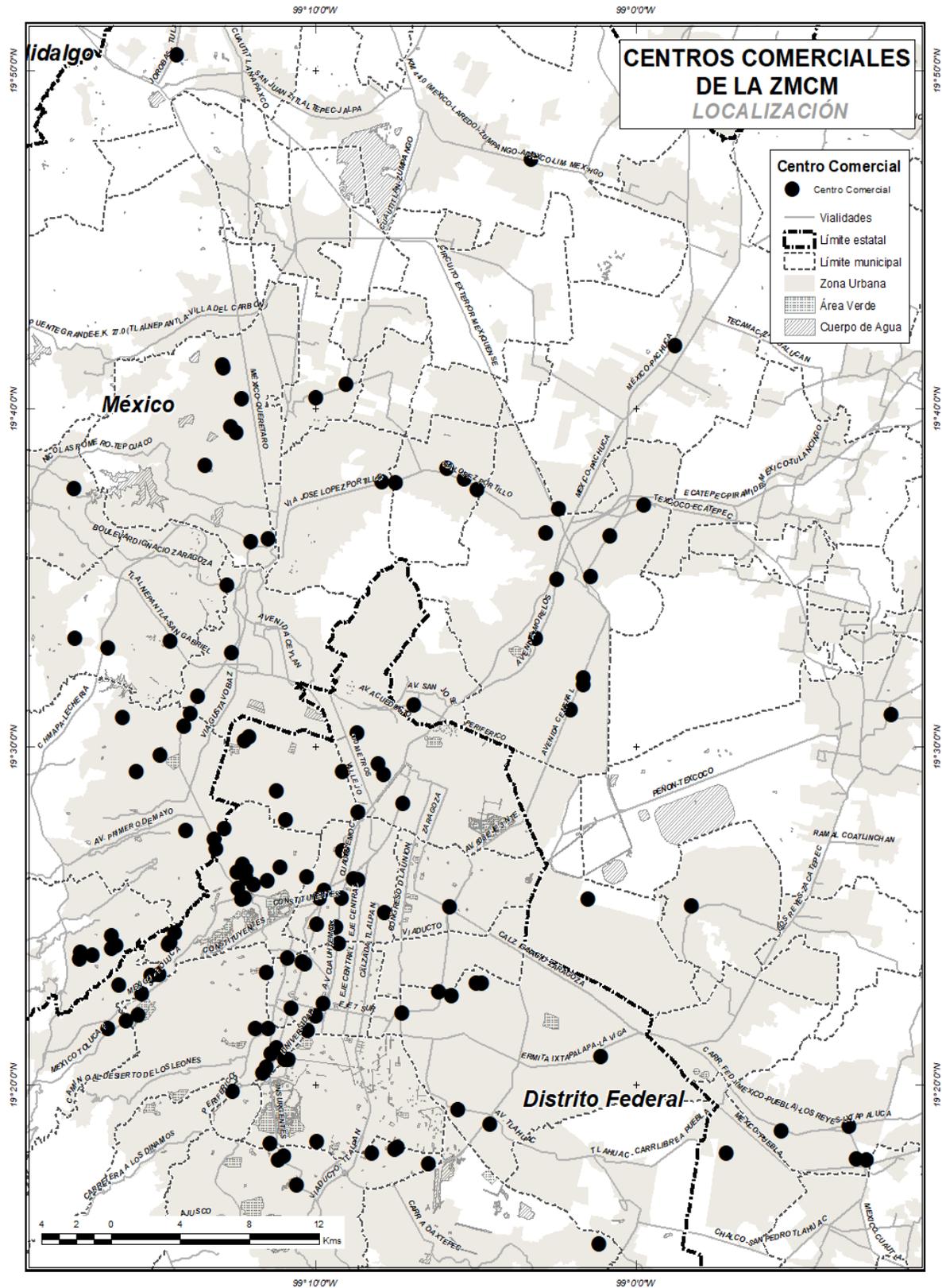
Dentro de los límites del antiguo Distrito Federal, se identifica la misma tendencia de localización, pero como mayor diversidad de vías de comunicación en las que se concentran las plazas comerciales. Aunque en algunos casos, como Cuajimalpa, las vías de comunicación no son el elemento más importante si no el nivel adquisitivo de la población circundante.

Las principales avenidas en las que se localizan centros comerciales son las que cruzan la ciudad de sur a norte, como lo son: Insurgentes, Cuauhtémoc o Eje 1 Poniente con la continuación Avenida Universidad y, con una menor concentración, Revolución. Sobre estas tres vialidades se localizan 31 plazas. Mientras que en el anillo periférico que comprende a las delegaciones Tlalpan y Coyoacán, existen algunos *malls* dispersos que, junto con los localizados en Miguel Hidalgo, al sumarse a las plazas localizadas en las vialidades mencionadas se cuentan más del 50% de los centros comerciales en el Distrito Federal. Existen algunos nuevos inmuebles que se están construyendo alejados de la principal aglomeración comercial, como lo es Las Antenas, que rompe completamente con la tendencia de construir corredores, ya que este se localiza al extremo sur de la ciudad.

Gráfica 2. Centros comerciales por municipio.



Fuente: elaboración propia (Datos en el anexo).



Mapa 1: ubicación de los centros comerciales en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México

Existen otras vialidades donde se localizan plazas comerciales, aunque sin que exista una alta concentración en ellas, al contrario, su ubicación es dispersa. Esto sucede sobre las avenidas: Calzada de Tlalpan, Circuito Interior, Calzada Zaragoza, Rojo Gómez, Ermita, y Tláhuac. En estas vialidades se ubican en total 8 *malls*. Se aprecian diferentes zonas en las que existen centros comerciales sin que las vías de comunicación sean la prioridad, como lo son las delegaciones Miguel Hidalgo, Álvaro Obregón y Cuajimalpa. En la primera, se localiza una fuerte concentración en especial en la zona circundante de Polanco, en donde se encuentran 7 centros comerciales. Mientras que, en la segunda delegación mencionada, en especial en la zona de Santa Fe y sus alrededores se encuentran otras 5 plazas.

En el resto del Distrito Federal, los centros comerciales se ubican con mayor dispersión y responden a otro tipo de características, como lo son la inversión o rescate de zonas que se identifican, por parte del gobierno local, como conflictivas y las zonas en las que se aprovecha y se tiene estrecha relación con los medios de transporte. En el norte, en las delegaciones Gustavo A. Madero y Azcapotzalco, ocurren cuestiones similares, en la primera delegación mencionada, desde la década de 1970 con dos diferentes plazas que desarrollaron o complementaron una zona urbana específica. Mientras que, en Azcapotzalco, se han construido 3 plazas que corresponden al plan de mejoramiento de una zona y complemento de una zona de transporte público, como lo es el paradero El Rosario.

El mismo proceso de recuperación o inversión de una zona se da en las delegaciones Iztacalco, Iztapalapa y Xochimilco, es decir, en la zona suroriente de la ciudad principalmente. Aunque este mismo proceso se da en algunos municipios del estado de México, aunque la mayoría también en el oriente como: Nezahualcóyotl e Ixtapaluca, así como en el norponiente en Cuautitlán Izcalli. En el centro de la ciudad, se localizan algunos centros comerciales, aunque presentan características específicas que no corresponden con el resto de las plazas ya que en esta zona suelen ser de menor tamaño. Además, las tiendas que comúnmente se agrupan en las plazas, están distribuidas a lo largo de la zona centro. Al considerar la descripción anterior, se establecen cuatro tendencias en la

localización de los centros comerciales, que son: por vialidades centrales o primarias; por zonas económicas; el norponiente de la ZMCM; y con características dispersas.

2.2 La localización de los grandes centros comerciales

Si bien los primeros centros comerciales en existir podrían considerarse en lo que aquí se denomina plaza grande, existió una etapa en la que comenzaron a proliferar plazas con características muy diferentes, en especial el tamaño, por ende, la cantidad de tiendas incrementó considerablemente. Algunas plazas solo cuentan con una tienda departamental o de autoservicio con otros locales complementarios, por lo que no pueden entrar en una misma categoría.

En este apartado se analiza la construcción de los que aquí se reconocerán como centros comerciales grandes debido a que esos son los que más consecuencias urbanas tienen, muestran con mayor fidelidad los intereses de los empresarios inmobiliarios, y vuelven evidentes las relaciones entre sectores público-privado. Además, estos son los que son parte de megaproyectos urbanos y son impulsados por las empresas desarrolladoras de mayor importancia económica en México.

Como parte de este análisis se consideran 44 centros comerciales grandes y de megaproyectos, los criterios para la realización de la segmentación fueron: el número actual de locales o tiendas, este debe ser superior a 70 para que se pueda considerar una plaza grande o de megaproyecto; que tuvieran al menos dos tiendas anclas que funcionen como polos de atracción, ya sean departamentales o de autoservicio.

Se eliminaron algunos centros comerciales que, aunque cumplen con el número mínimo de locales elegidos para este trabajo, no tienen el resto de los criterios establecidos aquí. Por ejemplo, dentro de los centros comerciales que se denominan medianos, de 70 a 139 locales, se realizó una subdivisión, en la que se eliminaron las plazas que tienen solo una tienda ancla o, en su defecto, cuentan con dos, pero una de ellas es cine, esto debido a que los cines se están construidos en todas las plazas (aunque sean de diferentes empresas) por lo que no funcionan

para realizar diferenciación alguna ya que no cuentan como una característica propia de algunos. A partir de los 140 locales se consideran todas las plazas.

Existen otros parámetros que se pueden considerar en la delimitación de los centros comerciales y es una clasificación que utilizan especialmente las empresas inmobiliarias para su propia clasificación de los centros comerciales y con ella definir el tamaño y el tipo de tiendas que se podrán ofertar al interior del inmueble, la clasificación se explica a continuación.

En general se ubican los: *Fashion Centers*, y *Life Style Center* que suelen ser de los centros comerciales mayor dimensión territorial y de los que más locales tienen, en el que aunque existe una diversidad de productos destacan los textiles (Escudero, 2008: 44), además sus tiendas ancla son departamentales de lujo, con lo que se logra entonces tener grandes centros de moda, los de estos tipos suelen ser los de mayor repercusiones urbanas; los *Power Center*, que son centros comerciales dedicados a la venta de productos de bajo costo, o con ofertas, y por lo general pueden estar especializadas en no más de tres diferentes tipos de productos (Escudero, 2008: 44). suelen ser tiendas de gran prestigio son de los que más proliferaron en la década de 1990; los de usos mixtos, aquí se localizan las tendencias actuales, ya que los centros comerciales van acompañados o acompañan a otro tipo de construcciones como viviendas, edificios corporativos, comercios especializados, pero fuera de las plazas, o transporte público, así encontramos en México, los *Mix Comercial* y Usos mixtos, ambos según sus desarrolladores son vanguardia en el país. Existen otros tipos de plazas como los *Community Center*, *Town Center*, *Street Center* que suelen ser plazas pequeñas con un número específico de locales, en algunos se trata de regenerar o de realizar un proceso de gentrificación, están relacionados con un terreno pequeño que explotar.

Otro tipo de *malls* que tienen mayor influencia territorial, son los *Regional Mall*, que suele mezclarse este con algún otro tipo de centro comercial, por lo que suelen ser los de mayor tamaño y tienen distintas tiendas con diferentes orientaciones pero relacionadas entre sí (Escudero, 2008: 44), este tipo hacen evidente que el público

al que va dirigido es de altos recursos, además que tiene una gran influencia territorial, por ejemplo, Parque Delta y Reforma 222 están considerados como *Regional Mall, Life Style Center* ¹³.

Luis Escudero (2008: 44, 45), agrega que esta división es utilizada por dos empresas diferentes, la International Council of Shopping Centers, y la AECC, en ellas aparecen otras categorías de centros comerciales como lo son: los centros de vecindad; centros de comunidad; centros suprarregionales; centros temáticos o de festival; y los *Outlet Center*.

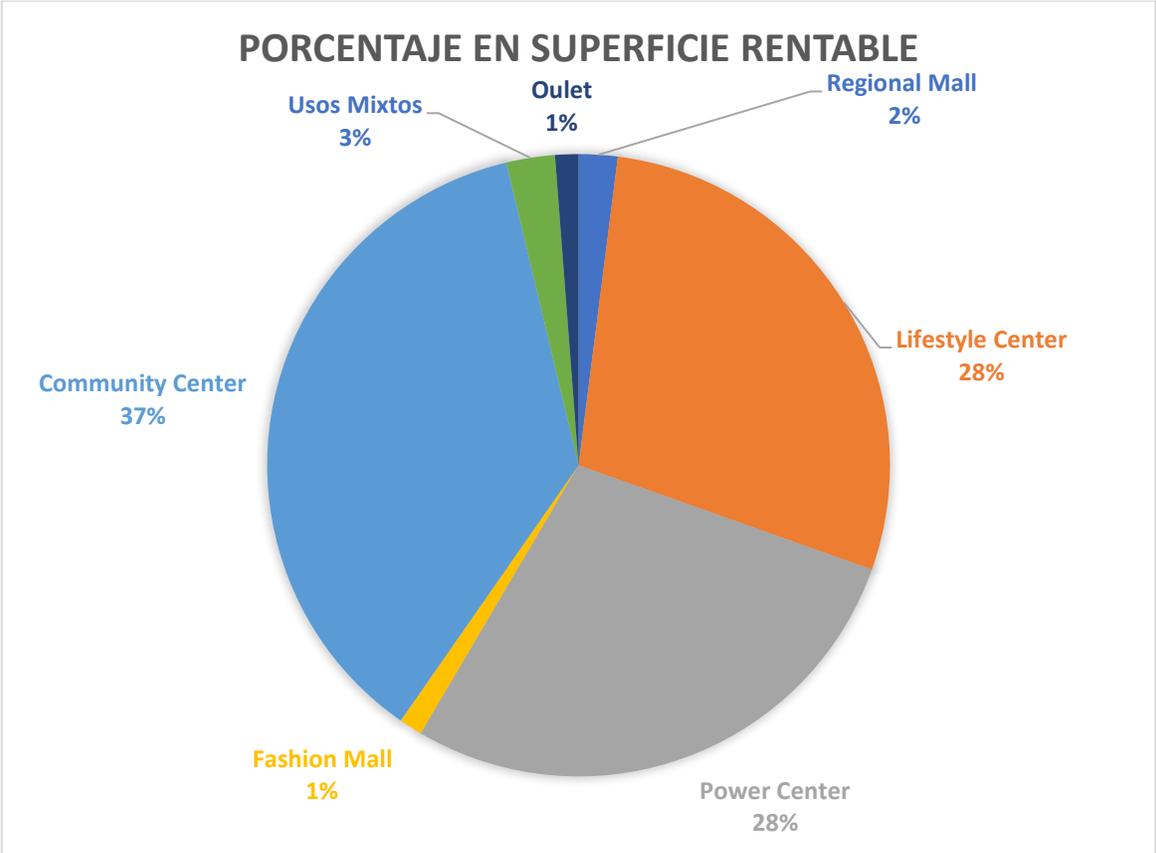
Sin embargo, se debe considerar que la tendencia actual es que todas las grandes plazas comerciales sean parte de megaproyectos urbanos, lo que tiende hacia una mayor integración de servicios terciarios, como lo es El Toreo. Esta misma tendencia se muestra en las plazas ya construidas que comienzan con ampliaciones que pretende diversificar la oferta, como Parque Delta, Paseo Interlomas o Antara.

Esta clasificación suele convertirse en una característica de las desarrolladoras urbanas, ya que es común que cada empresa se especialice en una forma de centro comercial en especial. Por ejemplo: MRP México, en su gran mayoría desarrolla *Power Center*, aunque sus proyectos más recientes son también parte de megaproyectos de usos mixtos; Danhos es común que la gran mayoría de sus construcciones son *Life Style Center*, mientras que los que desarrolla Grupo Carso son de usos mixtos, estas dos últimas son de los tipos de centros comerciales que mayor gente atrae, por lo que también suelen denominarse como regionales. Con esto se identifican algunas desarrolladoras que tienen un gran impacto en la estructura urbana, además que estas son también las que pertenecen a inversionistas urbanos importantes en el país. En porcentaje de superficie rentable, el tipo de centro comercial que predomina en México es el de *Comminuty Center, Life Style y Power Center* (Gasca, 2017: 13 y 14), que es precisamente los que realizan los grupos desarrolladores más importantes en México (Gasca, 2017: 13 y 14) hace una clasificación al respecto en la que explica la super, mientras que los

¹³ Esta clasificación se obtuvo al consultar diferentes fuentes electrónicas, en especial las páginas que eran de los centros comerciales y de las empresas inmobiliarias donde se promocionan los proyectos urbanos.

de Usos Mixtos , como CETRAM, y Fashion Mall son los que, hasta ahora, tienen menor superficie rentable aunque en el caso de los CETRAMs, estos aumentarán en los próximos años (Gráfica 3).

Gráfica 3. Superficie rentada por tipo de centro comercial



Fuente: con información de CBRE México 2016 en Gasca, 2017: 14, cuadro 3.

Los centros comerciales medios y grandes están distribuidos en prácticamente todos los puntos cardinales, aunque son más continuos en la parte norte y poniente de la ZMCM; la mayoría de ellos sí están localizadas en las principales vialidades de la ciudad; ya sea dentro de los límites del Distrito Federal o en las autopistas y carreteras en el estado de México;; la mayoría se localiza en los polos de mayor poder adquisitivo de la zona metropolitana, como lo son algunas zonas al norte, al sur y poniente de la ciudad, mientras que los que se localizan al oriente están localizados en zona de clases medias. Casi todas las empresas urbanizadoras de mayor capacidad inversora cuentan con este tipo de centros comerciales, como lo

son: Fibra; Danhos; el grupo Sordo Madaleno, Carso, MRP, e-Gruop, Gicsa y Frisa, y también aparecen otros que comienzan a tener importancia como lo es Banca Mifel y Grupo Acosta Verde. Las etapas de construcción también son diferentes pues incluso el primer centro comercial en el país fue de este tipo, y en cada etapa su edificación ha sido continua, aunque, como también se explicó, en la actualidad lo que predomina son los megaproyectos y de usos mixtos.

Del total de los grandes centros comerciales que aquí se consideran 24 se localizan dentro de los límites del Distrito Federal, entre ellos Parque Delta, Parque Tezontle, Portal Centro, Perisur, Gran Sur, Patio Santa Fe, CETRAM El Rosario y Antara, mientras que 20 están en los municipios conurbados, como lo son Perinorte, Multiplaza Aragón, Mundo E, Toreo, entre otros. esto demuestra que a pesar de ser administraciones diferentes el impulso a este tipo de urbanismos es igual en ambas administraciones. Mientras que del total de las plazas siete han sido desarrolladas por el Fibra Danhos; seis por MRP, cinco son de Grupo Carso; Frisa tres, mientras que Gicsa y Banca Mifel (que encabeza un fideicomiso para la construcción de Plaza Oasis) tienen dos y uno de e-Group, Acosta Verde y Ara. Los dos que predominan son Danhos y Carso, coincidentemente son estas dos empresas las que predominan y tienen los centros comerciales de más éxito en la ciudad. También hay otras empresas que cuentan con solo un proyecto inmobiliario hasta el momento, aunque la mayoría podrían identificarse como centros comerciales medios, o que impulsaron la construcción de un solo centro comercial y desaparecieron o modificaron su giro a otro tipo de inversión inmobiliaria, entre ellas están: Grupo CAABSA, Adcoapa, Adconnort y Adatiz.

La mayoría de estas plazas fueron detonantes urbanos, sirvieron como polos de atracción de otras urbanizaciones o como complementos de regeneración urbana propuesta por el gobierno de Distrito Federal. Por lo tanto, estas plazas son las que más han contribuido a desarrollar partes de la ciudad o, al menos, a elevar la renta y plusvalía de la zona. Con ello, se han encarecido los usos de suelo y modificado las dinámicas económicas y sociales locales.

La construcción y masificación de los grandes centros comerciales también acarrea como consecuencia: que pierdan su unicidad y se requiera algún otro elemento de distinción, como lo puede ser el acceso, la vialidad, la ubicación, el servicio, las tiendas al interior, etc., un ejemplo claro de esto es el recientemente inaugurado Plaza Oasis Coyoacán, el cual al interior está destinado hacia las clases medias que habitan en la zona de Coyoacán, pero compite con varias plazas más en la zona, incluso su ancla es una tienda de autoservicio a pesar de que justo en el predio de enfrente existe un Wal-Mart, y a no más de un kilómetro existe otro, en la zona hay servicios financieros, comida rápida, librerías, que aunque no están aglomerados en una plaza sí se localiza prácticamente todo, mientras que a no más de 3 kms está el Centro Comercial Coyoacán¹⁴. Para superar esas “dificultades” los desarrolladores generaron atracciones en la arquitectura en la que incluyen un lago artificial de 3500 metros cuadrados. Oasis es también otra muestra de lo estrecha que es la relación entre los inversores urbanos y las autoridades locales, pues constantemente se pidió, por parte de vecinos y trabajadores, que no se permitiera la apertura pues saturaría aún más la vialidad, Av. Universidad y Miguel Ángel de Quevedo, sin embargo, se dio el visto bueno por parte de todas las instancias gubernamentales necesarias, que argumentan que la plaza amplió el estacionamiento¹⁵, aunque el congestionamiento no se da por falta de cajones de estacionamiento sino por la saturación y mala planeación del transporte público y la congestión vial sobre todo después de las 6 de la tarde.

Las formas de distinción también pueden servir para dar unicidad y particularidad a una urbanización, esto a su vez ayuda con la imagen de una ciudad competitiva y global, ya que se en ocasiones se realizan novedades que siguen patrones internacionales, es una tendencia a nivel mundial el uso de fuentes o lagos artificiales como parte de la nueva oferta comercial. Es decir, las plazas grandes, en

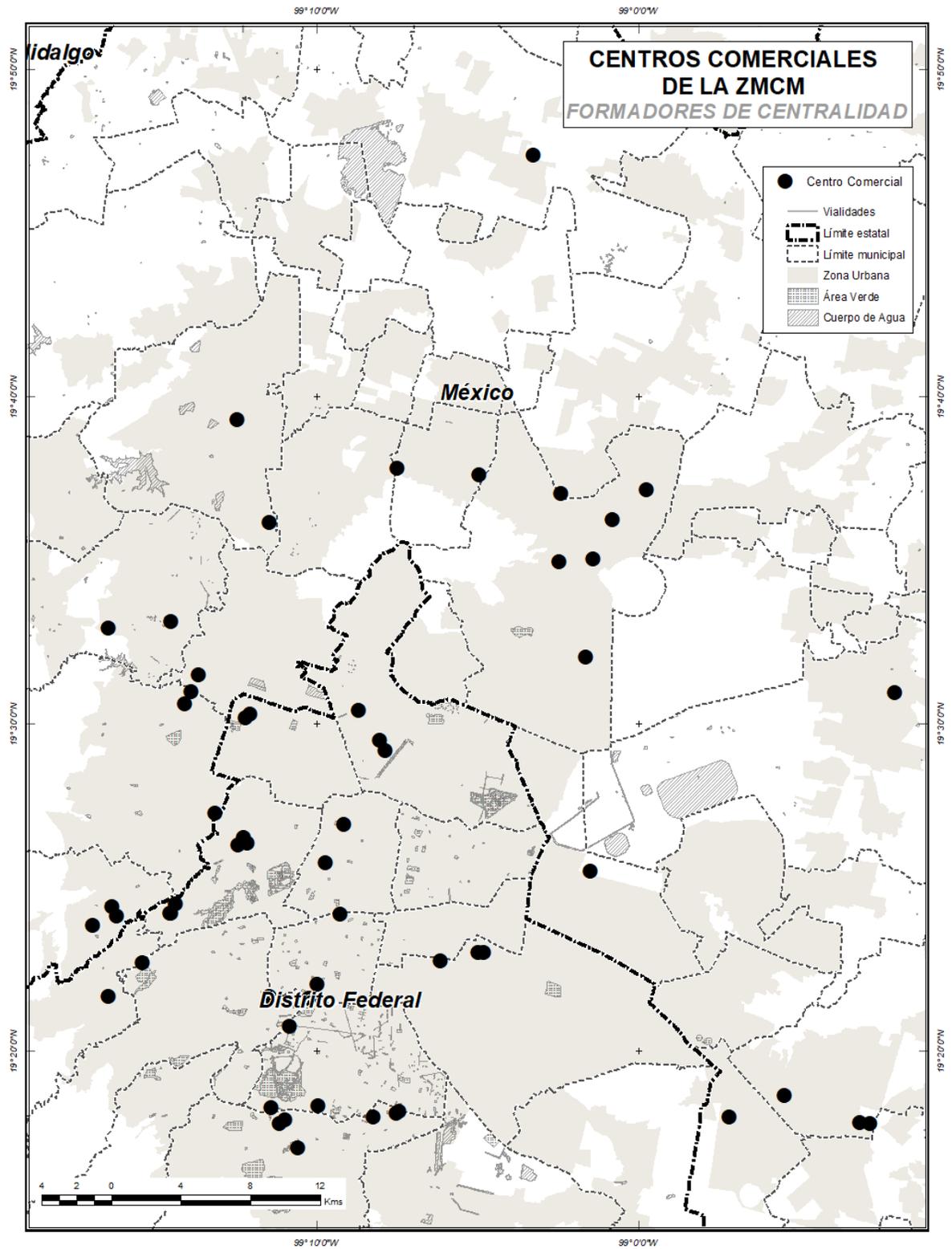
¹⁴ Mora, Karla. 2016. *Erigrán “oasis” entre caos vial*. En El Universal <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2013/erigran-oasis-entre-caos-vial--964590.html> 12 de noviembre de 2013. [Consultada en abril de 2016](#).

¹⁵ Robles, Johana. 2015. *Plaza Oasis cumple todos los requisitos*. En El Universal. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/10/13/plaza-oasis-cumple-todos-los-requisitos> 13 de octubre de 2015. [Consultada en abril de 2016](#).

general, atraen mayor inversión con las que se realizan obras que contribuyen a generar una ciudad de imagen más global, pero a la vez pierden detalles únicos de oferta a los consumidores ya que desde la primera plaza que se edificó en México se copiaron modelos estadounidenses de arquitectura y comercialización, por lo que la ubicación se convierte en un aspecto fundamental, y es por la localización que se variará la oferta hacia el interior de las plazas.

Los grandes centros comerciales que forman polos de atracción, como se habló en el primer capítulo, según Pradilla (2004, 2008), son fundamentales en la conformación de corredores terciarios que toman principalmente las vías de comunicación primaria, además pueden ser, más que un elemento de los corredores, la parte principal ya que son los integradores de toda la actividad terciaria y a partir de aquí se desarrolla todo lo demás. Es común entonces que las plazas grandes sean también las primeras dentro de los nuevos corredores o centralidades. Si no fue así su función entonces es complementar y consolidar el nuevo espacio de la ciudad neoliberal. Plaza Oasis ha venido a consolidar un corredor terciario ya de por sí completamente sólido, aunque ahora las actividades se conglomerarán en los espacios internos, además de que como también lo mencionaba Pradilla, se convertirá en competencia para actividades de entretenimiento, la que en la zona de Coyoacán es variada, con esto el corredor podrá sufrir modificaciones y adentrarse también en actividades culturales y recreativas. (mapa 2).

En el mapa 2 se aprecian los centros comerciales que pueden funcionar como centralidades debido a su extensión territorial, a que pertenecen a alguna empresa desarrolladora importante, a que sus tiendas ancla son de las que mayor inversión y ganancia generan y que atraen inversión de otros sectores de la economía, como lo son servicios gubernamentales, financieros, e incluso provocan mejora urbana en su zona de influencia. Además, varios de estos centros comerciales están localizados sobre avenidas principales con lo que pueden formar corredores terciarios, o también se localizan en zonas con alta plusvalía como Santa Fe y Polanco.



Mapa 2: Centros comerciales que pueden formar centralidades o corredores.

Es también común que los centros comerciales grandes sean las edificaciones que hayan aprovechado más el cambio económico que generó el final de la industrialización, ya que esos antiguos terrenos se han convertido en un punto de partida o de consolidación de las nuevas centralidades o de centros urbanos, como lo fue la General Motors, ahora convertida en Plaza Carso y Antara; o los terrenos que ocupan Plaza Inbursa y Loreto que fueron fábricas de papel. Además, Plaza Fórum Buenavista, si bien no fue una fábrica sino la estación del ferrocarril sí vivió en la etapa industrial su época de auge. Estos cambios evidencian el avance terciario de la producción espacial urbana, y el “mejoramiento” territorial de esas zonas con la inversión inmobiliaria. Pero no solo es la suplantación del modelo laboral lo que se modifica, también la cotidianidad de la sociedad y los espacios de entretenimiento, ya que varios espacios dedicados al esparcimiento popular fueron suplantados por grandes *Malls*, como lo es Parque Delta y El Toreo, incluso en terrenos cercanos a zonas protegidas por su valor histórico y simbólico han sido modificados en pro de los grandes comercios, ejemplo de esto es Plaza Inbursa localizado cerca de la zona arqueológica de Cuicuilco. Es decir, a través de los centros comerciales es que los empresarios urbanos se convierten en actores fundamentales en la producción de un espacio urbano neoliberal característico de esta época.

Los grandes centros comerciales, en la ZMCM, no solo han sido construidos en terrenos donde no existía una actividad evidente o donde la antigua actividad ya no era redituable, sino que ha suplantado la actividad que se realizaba mediante la fuerza económica de los grupos desarrolladores y la emisión de los permisos por parte de las autoridades locales. La inversión en lo urbano también ha sido parte de una estrategia de los grandes poseedores del capital mediante la cual se superen las crisis económicas, ya que se piensa que la población siempre necesitará un lugar donde vivir y hará uso del capital financiero para consumir en los centros comerciales.

El interés por construir centros de especialización alejados del antiguo centro de la ciudad también es parte de los resultados de la expansión urbana y de los

problemas de conectividad de la ZMCM. Por lo tanto, es necesario ofertar los servicios necesarios en las zonas más alejadas del centro de la ciudad, pero la oferta incluye la construcción de nuevos centros comerciales, casi todos estos casos con una tienda de autoservicio como ancla. La construcción de nuevas centralidades se da también en las zonas de mayor plusvalía de la ZMCM, donde aparentemente no cubrirían una carencia social, y son poco construidos en las zonas más alejadas de la zona metropolitana donde la mayoría de la población es de escasos recursos económicos.

Al inicio los grandes centros comerciales se caracterizaron por ser construidas en zonas donde la población local pertenece a las clases altas y medias altas, por lo tanto, los primeros estuvieron muy apartados entre sí: Plaza Universidad, sobre la avenida del mismo nombre, al sur de la ciudad; Plaza Satélite, localizada en el norponiente de la ZMCM, en lo que en ese momento el límite territorial al noreste de la ciudad; Multiplaza Aragón, al oriente de la ciudad, en una de las zonas que comenzaba a poblarse cuando este se edificó; Perisur, al extremo sur de la ciudad en la confluencia de las avenidas Insurgentes y Periférico, el cual brindaba su servicio a la población que ya se había alejado completamente del centro de la ciudad; y Pabellón Polanco, en la zona del mismo nombre. Todas estas plazas se inauguraron antes de 1990, y tenían grandes zonas de influencia por lo que representaron casos de éxito a pesar de las etapas de recesión económica que se vivieron en el país, esta se define como una primera etapa. Posteriormente comenzaron a construir centros de servicios cercanos a las plazas u otras plazas de diferentes tamaños, con lo que la influencia urbana y comercial creció.

En la construcción de los primeros centros comerciales se aprecia las relaciones existentes entre empresas inmobiliarias con tiendas departamentales. Para la edificación de Plaza Universidad, se asoció la tienda cadena, entonces estadounidense hoy de Grupo Carso, Sears Roebuck con el grupo inmobiliarios Sordo Madaleno, mientras que para Plaza Satélite, la sociedad fue del mismo grupo Sears, además de El Puerto de Liverpool y París Londres con Sordo Madaleno, además Liverpool participó en varios proyectos más de centros comerciales al igual

que El Palacio de Hierro que tuvo participación en el Centro Comercial Coyoacán, todos ellos desde la década de 1960 hasta la primera parte del decenio de 1990 (Gasca, 2017: 79).

Son entonces los grandes centros comerciales los que predominan y marcan la pauta para el establecimiento de nuevas plazas a lo largo de la ZMCM, así se densifican y surgen nuevos grupos inversores, aunque con los mismos modelos de construcción. Posteriormente, alrededor de las grandes plazas es que se comienzan a construir *malls* de menor tamaño, especialmente a partir de la década de 1990, esto con excepción de la zona oriente de la ciudad donde continúan construyéndose grandes y pocas plazas a diferencia de las otras zonas. Es decir, las plazas grandes significan en primera instancia un atractivo de más inversión y el inicio de la formación de los corredores terciarios.

Las primeras plazas grandes tenían las mismas características: una extensión territorial grande, el aprovechamiento de terrenos aparentemente sin actividad y una gran zona de influencia, por lo que todos, a excepción de Aragón, se volvieron casos de éxito e incluso han tenido ampliaciones o inversiones terciarias a su alrededor. Lo que variaba eran las tiendas de cada plaza, ya que mientras en el sur y poniente de la ciudad, las anclas eran tiendas departamentales de prestigio, como Palacio de Hierro, Sears, Sanborns y Liverpool, en el norte y oriente de la ZMCM lo que predominaba eran las tiendas de autoservicio, como en Aragón, Cuautitlán Izcalli y Tlalnepantla, que son municipios reconocidos como de nivel adquisitivo medio y bajo, ambas se pueden entender como subcentros de la ZMCM.

Los grupos desarrolladores también tenían diferencias entre ellos, Grupo Sordo Madaleno fue el que inició este tipo de urbanizaciones y aún continúa haciéndolo con gran éxito, ellos se han caracterizado por hacer construcciones similares en zonas de nivel adquisitivo similar. Mientras que las demás plazas grandes pioneras fueron edificadas por diferentes urbanizadoras con resultados distintos, incluso algunas desaparecieron o modificaron el trabajo que hacían. Las empresas urbanizadoras se han convertido en los actores principales y las características más importantes de cada centro comercial. Ellas realizan alianzas con distintos niveles

gubernamentales, con lo que aseguran delegar responsabilidades y de riesgos, aunque aseguran el éxito de la edificación si es que la inmobiliaria ya tiene un prestigio en el tema como el mismo Grupo Sordo Madaleno, Carso, o Danhos. Aunque en el mercado ingresan algunas otras urbanizadoras con capacidad económica fuerte con lo que pueden competir por un mercado, algunas de estas son Frisa y Banca Mafil. En este punto los responsables de las inmobiliarias adquieren importancia pues son los que logran cualquier tipo de alianzas y generan una planeación urbana según sus intereses económicos y empresariales.

A pesar de que surgen diferentes tipos de centros comerciales en cuanto a oferta de comercios y tamaños, las que continúan marcando la tendencia de localización e inversión, son las más grandes. Ya para finales de la década de 1990, se ubican cercanos a grandes plazas, con lo que se van consolidando zonas de concentración comercial, y se inicia la conformación de lo que podría denominarse las nuevas centralidades y subcentralidades en toda la zona metropolitana, pero en especial en el sur, occidente y norte de la ciudad. Algunas de ellas, según lo descrito por Pradilla se podrían identificar como corredores terciarios, aunque estos en realidad no son continuos y no cumplen con todos los elementos para así llamarlos, es por ello que José Gasca (2017, 91) hace una diferenciación entre los centros comerciales que conforman corredores y los que generan distritos comerciales.

Gasca (2017, 91) menciona que los centros comerciales que conforman áreas comerciales están localizados en Santa Fe, Polanco y Tlalnepantla en el estado de México, cada zona con seis centros comerciales; mientras que los corredores están conformados en las avenidas: Universidad-Cuauhtémoc; Avenida Miramontes; Avenida Insurgentes (en la parte centro sur); Avenida Revolución; Periférico (en la zona sur poniente y nor poniente); Vía López Portillo, en Coacalco; y Avenida Central, Carlos Hank González. El mismo Gasca (2017: 93) explica que los centros comerciales sí deben ser vistos como centralidades o distritos comerciales por la cantidad de ganancias que se genera, por los servicios que brinda, por la cantidad de personas que atraen, pero también, a los residentes y a trabajadores de los centros comerciales, por ejemplo, Plaza Universidad que ayudó a que la Avenida

Universidad se transformara durante 40 años en un corredor terciario, pues por esa zona al sur de la ciudad, se localizan varios servicios especializados, la población residente aumentó y la presión inmobiliaria creció. Esto es lo mismo que está ocurriendo con Parque Delta, que ha potencializado el comercio sobre Avenida Cuauhtémoc y Calzada Obrero Mundial.

A partir del inicio del siglo XXI, son las plazas grandes las que continúan marcando la pauta del tipo de urbanización que tiende al comercio. Además, son las que ayudan a propiciar el aumento de plusvalía y de renta en la zona, por lo cual, las instituciones gubernamentales propician este tipo de construcciones en diferentes zonas de la ciudad, este patrón se sigue en las dos administraciones estatales de la ZMCM, aunque con una limitante sustancial que es la carencia de territorio disponible para realizar sus obras. Eso, sin embargo, no ha sido una limitante pues los terrenos se continúan consiguiendo para la edificación de más centros comerciales, es por ello que es necesario comprender las lógicas que han tenido y que tienen para su ubicación.

2.3 Las etapas del surgimiento de los centros comerciales.

La localización de las plazas comerciales está estrechamente ligada al periodo de apertura. En primera instancia, se identifican cuatro grandes etapas en la construcción de plazas comerciales: de 1969 a 1989, que marca el inicio de este tipo de comercios en general en el país, aunque durante la década de 1980 el avance de plazas se vuelve más lento y se da únicamente en los límites del Distrito Federal; 1990 a 1999, que se caracteriza por ser la época de consolidación de las plazas, posteriormente hubo un periodo de incremento lento; del año 2000 al 2009, que muestra una época de expansión, la cual se acentúa después de 2006; y después del 2010, en la que se incluyen los nuevos desarrollos que fueron proyectados hasta el año del 2019 (Mapa 3, gráfica 4)

La primera etapa es desde la construcción del primer centro comercial en 1969, Plaza Universidad, hasta el año 1989. En este periodo de tiempo se construyen 11 *malls*, cinco en el Distrito Federal, en el poniente, centro y sur, y 6 en al estado de México se ubicaron en municipios del norte de la ciudad y 2 al oriente, aunque

Multiplazas San Juan, en Nezahualcóyotl, no tenía en ese momento las características de un centro comercial, es hasta los siguientes años cuando va a concentrar mayor número de comercios. Desde esta etapa se puede identificar que la mayor densidad de plazas se localizará del centro al poniente de la ciudad, mientras que al oriente serán dispersas. Esta época está ligada a la siguiente década por las características económicas del país, punto que será tratado en el siguiente apartado.

Gráfica 4, apertura de centros comerciales por década en la Ciudad de México.



Fuente: Elaboración propia. (Datos en el anexo).

Desde 1990 y hasta 1999, se viven diferentes periodos, aunque en general se vive un gran auge en la construcción de centros comerciales. En este lapso se edifican 22 plazas. La mitad hasta 1993, cuando se inauguran 12, de las cuales 9 son dentro del Distrito Federal, todas localizadas del centro hacia el poniente. En los siguientes 4 años se abren solo 5 plazas en toda la ZMCM, todas ellas también al poniente, mientras que los *malls* que ya existían atravesaban por severos problemas

económicos, por lo que optaron por modificar su rubro u oferta (por ejemplo, Plaza Galerías cuyos dueños deciden modificar el rubro y convertirlo en un medio difusor del espectáculo).

Dentro de este periodo se da el cambio de administración en el Distrito Federal, en el que se establece la elección de un jefe de gobierno en 1997 que fue Cuauhtémoc Cárdenas¹⁶, que surgió de un partido reconocido como de izquierda. Mientras que, en el estado de México, durante todo este periodo han tenido administraciones priistas. Esto se volverá fundamental debido a que la mejora urbana y el auge terciario en la ZMCM se dan bajo las administraciones perredistas.

La zona norponiente del estado de México comienza a ser significativa en la construcción de estas plazas, así como también Polanco y Santa Fe, mientras que ya es evidente la importancia que tuvieron para la construcción de las plazas las avenidas que cruzan la ciudad de norte a sur, las que se han mencionado párrafos antes.

A partir del año 2000 se consolida la explosión de centros comerciales en la ZMCM, primero en México y después en la capital de la República. Hasta el 2005, se construyeron 13 centros comerciales, de los cuales 8 fueron en el estado mexiquense, 7 de ellos al norponiente, mientras que en el Distrito Federal las cuatro nuevas plazas se ubican al centro – poniente.

Desde el año 2006, cuando concluye la segunda administración perredista en el Distrito Federal, es que esta entidad presenta una dispersión de centros comerciales, aunque aún durante hasta el año 2010 es el estado mexiquense el que abarca un mayor número de plazas nuevas. Hasta 2010 se inauguran 25 plazas, 7 en el Distrito Federal y 18 en la zona conurbada, la mayoría de ellas en el año 2007, es decir, durante los periodos administrativos del perredista Marcelo Ebrard Durante en el Distrito Federal, y del priista Enrique Peña en el estado de México.

¹⁶ La administración de Cárdenas fue por un periodo de 3 años, de 1997 al 2000, a partir de la segunda elección el periodo es ya de 6 años.

El último gran periodo puede dividirse en dos, en los que se incluyan los centros comerciales ya inaugurados y los nuevos proyectos. Durante 2010 al 2013 se confirma la tendencia creciente de inaugurar plazas con 36 nuevas plazas, 18 en cada entidad administrativa. A partir del año se inicia una nueva etapa de masificación, al hacer un corte hasta el 2018, se tenían proyectadas al menos, otras 8 plazas, 6 dentro de los límites del antiguo D.F., y todas ellas con localización completamente dispersa. Además de que se reinvierte en remodelaciones o ampliaciones de plazas ya existentes, es también en la etapa en que mayor diversificación de los proyectos va a existir. En la perspectiva de los constructores, la tendencia de crecimiento no se detiene por el contrario tienen previsto una mayor cantidad de terreno destinado a estos comercios, esto precisamente desde el año 2014, ya que este es considerado como el mejor en toda Latinoamérica en cuanto a proyectos concluidos, iniciados e inversión recaudada, además que de la tendencia es mejorar¹⁷.

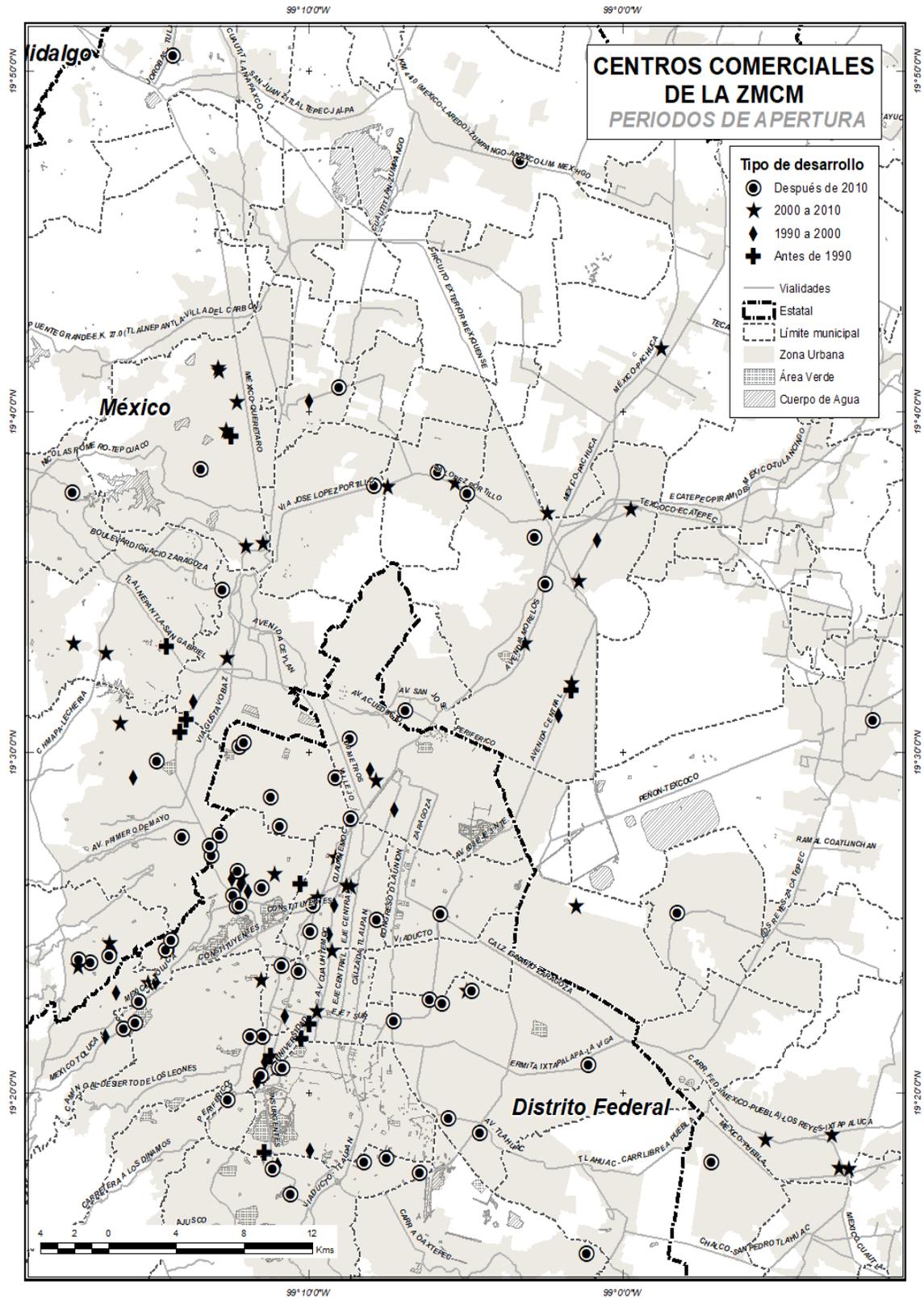
Es hasta después del año 2000 que se inicia el proceso de construcción de centros comerciales en el oriente de la ciudad. Las zonas ya consolidadas, como Santa Fe y Polanco continúan en crecimiento mientras que en otras partes de la ZMCM se inicia la construcción de plazas comerciales con el mismo patrón de utilizar las principales vías de comunicación y surgen también las plazas que buscan regenerar una zona estipulada como conflictiva¹⁸.

También después del año 2000, es que a México llega un concepto de centro comercial de lujo, llamado *Fashion Mall*, que se pensaba no podría funcionar en el país debido al nivel adquisitivo de la mayor parte de la población. Sin embargo, este modelo de tiendas se inicia en Santa Fe y después del éxito que tuvo se trasladó a varias partes del territorio nacional, como Plaza Cibeles y Andares en Guadalajara, Kukulcán plaza en Mérida, y de la misma Ciudad de México con Antara¹⁹.

¹⁷ Lizan, Jorge. 2015 *Perspectivas 2015 para centros comerciales en Latinoamérica*. En *Inmobiliare* 87. P 108-118. <http://inmobiliare.com/digital/INMOBILIARE-87.pdf> Consultada en agosto 2016.

¹⁸ No se cuenta con el dato exacto de 15 centros comerciales.

¹⁹ Lizan, Jorge. 2015 *Perspectivas 2015 para centros comerciales en Latinoamérica*. En *Inmobiliare* 87. P 108-118. <http://inmobiliare.com/digital/INMOBILIARE-87.pdf> Consultada en agosto 2016.



Mapa 3. Centros comerciales por año de apertura.

Este aumento también se ha expresado en la diversificación de empresas que invierten en el sector inmobiliario de centros comerciales, ya que anteriormente quienes invertían era principalmente familias con el capital suficiente, como lo es los Sordo Madaleno, mientras que ahora son diversos accionistas que conforman una gran variedad de empresas, además de que van ingresando al sector empresarios que se dedicaban a otros rubros.

El aumento de empresas desarrolladoras ha permitido un incremento en las ofertas al interior de los centros comerciales, ya que las urbanizadoras buscan generar alianzas con marcas específicas para incorporarlas a sus ofertas, principalmente en los sectores gastronómicos y de ropa que son los dos rubros que les permitirán acceder a un mayor mercado.

2.4 Los centros comerciales en la ciudad de México: políticas y reglamentos.

La Ciudad de México ha sido construida especialmente por intereses de promotoras inmobiliarias y con la anuencia de las autoridades locales. Esto, entre otras causas, ha provocado que la ciudad tenga como una característica la fragmentación social con, al menos la intención, de generar diversas subcentralidades en su interior. La eliminación del espacio público es una constante como también lo son las barreras físicas e imaginarias que existen en toda la zona metropolitana. Como resultado se tiene una ciudad con problemas cada vez más severos de movilidad, saturada de nuevos proyectos urbanos que tienen la particularidad de extenderse a lo vertical, con lo que aumenta la densidad de población, hace escasos los recursos como el agua y aumenta la contaminación, además de los crecientes niveles de delincuencia en todos sus aspectos.

Una ciudad fragmentada en su entorno físico provoca también la fragmentación social y señalamiento de lo diferente. A su vez, esto genera nuevas diferenciaciones y mayor número de barreras en el entorno urbano. Por lo tanto, este tipo de ciudad como lo es la de México, se convierte en intolerante, intransigente e individualista, en donde lo único que pareciera importar es la ganancia del capital en actividades

comerciales en conjunto con la especulación urbana que acrecientan este círculo característico de urbes como la que aquí se presenta.

Es la ciudad de México una muestra evidente de lo que se le denomina como una ciudad neoliberal, aunque está lejos de ser uniforme pues en su espacio presenta actividades presentes y pasadas que tratan de converger con las “nuevas” dinámicas, también existen puntos de resistencia o rechazo a lo novedoso, lo que produce tensiones e incluso movilizaciones, aunque algunas de carácter político, sin embargo, es una urbe que está en constante modificación, por lo que siempre es pertinente su análisis, por lo tanto, aparecen una multitud de trabajos e investigaciones realizadas desde distintas perspectivas: sociales; económicas; políticas; físicas. Los centros comerciales forman parte de esas constantes transformaciones urbanas y por ende deben también ser parte de las investigaciones, ya que estas edificaciones funcionan como parte de una reestructura urbana que se da principalmente dentro del sistema neoliberal, en especial los que en el presente escrito se denominan grandes centros comerciales.

Algunos autores han trabajado con metodologías propias por lo que el número de centros comerciales o su manera de definirlo puede variar, aunado a que cada uno contiene un objetivo propio. Dentro de los trabajos donde mayor profundidad se les da conteo de centros comerciales son el de Emilio Pradilla (2008) y la tesis de maestría de Francisco Cruz Santiago (2008), ambos tienen una metodología propia, generaron cartografía e hicieron su propio levantamiento, aunque consideran aspectos diferentes en su análisis, como lo es el número de locales y extensión territorial. Otras investigaciones se basan únicamente en fuentes oficiales del gobierno o utilizan las fuentes que aquí se mencionan.

Emilio Pradilla (2008: 44) realiza un levantamiento directo y cartografía más de doscientas plazas comerciales, él considera todos los centros comerciales que aglutinen algún tipo de comercio. Mientras Cruz (2008: Anexo Capítulo III) ochenta y cuatro plazas, aunque él sólo menciona a las que son megaproyectos urbanos y que hayan tenido participación los agentes inmobiliarios privados principalmente. Ambos coinciden en los antecedentes que llevaron a la construcción de estos

urbanismos en la ciudad de México e incluso los dos utilizan como bibliografía básica a Liliana López Levi, que en el conteo de los *malls* utiliza una temporalidad distinta ya que asocia las etapas con procesos económicos además de considerar los sexenios presidenciales y no los divide por décadas, para ella la primera etapa inicia en 1970 y concluye en 1988, la segunda en 1994 y una última previo al año 2000 (2006: 158). La cartografía que ambos trabajos presentan es muy similar a la que se presenta en este trabajo, aunque es claro que en los últimos años se ha dado una mayor expansión y diversificación de las plazas comerciales hacia el oriente y norte de la ZMCM.

El trabajo de Pradilla es más preciso en cuanto a etapas de construcción, él primero realiza una temporalidad que divide por décadas, los resultados fueron que hasta 1980 se construyeron 12 plazas, para el año 1990 aumentaron 15 más; en la última década del siglo XX fue el periodo en que más aumento hubo hasta ese momento con 114: y del 2001 al 2008: 45. En el trabajo de Cruz, solo para comparar, se tiene que a partir del año 2000 y hasta 2008 se tenían 29 grandes proyectos.

En el presente trabajo hasta el año 2008 se tenían considerados 63 centros comerciales en total y 30 del año 2000, pero únicamente porque él no considera la totalidad de las plazas. Además, se debe agregar que a partir del 2008 se han proyectado alrededor de 60 grandes comercios, por lo que los mapas entre estos tres trabajos, guarda similitud per el que aquí se realiza se observa mucho más “punteado”.

El primer análisis que se desprende de aquí es el impulso que recibe la inversión inmobiliaria a partir de 1980. La etapa del “milagro mexicano” había terminado y con ella la gran época de la industria mexicana, el país estaba completamente endeudado con los organismos financieros internacionales, como el Fondo Monetario Internacional, por lo que a nivel gobierno federal se hicieron diversas acciones para intentar frenar la caída económica en la que el país estaba (Harvey, 2007: 106-108). Esta crisis fue la que generó que el país adoptara el sistema neoliberal y la flexibilización económica, que fue lo que dio un impulso diferencial al

crecimiento urbano, con factores como la desindustrialización o la tercerización económica, y esto se manifestó en el crecimiento urbano.

La etapa industrial en México dejó varias secuelas que luego los agentes inmobiliarios aprovecharon para sus beneficios. Como lo es la expansión urbana hacia la periferia de la ciudad, eso generó que crecieran o se construyeran nuevas vialidades que permitieran la integración de una zona metropolitana además de que se intensificó el uso del automóvil que a su vez permitía que la población recorriera más distancia diariamente. Esto también se convirtió un elemento que el sector inmobiliario podría explotar ya en una etapa en la que la tercerización era evidente.

Pradilla (2008: 48) también hace énfasis en este periodo, al que le atribuye dos recesiones económicas que propiciaron el crecimiento de los centros comerciales y los corredores terciarios. En este trabajo se converge con Pradilla (2008: 48) en entender que esta es precisamente la etapa histórica en la que en México se da un giro hacia el sector terciario. Y que una de las formas de frenar la caída es invertir en cuestiones urbanas, pero la mayoría de la inversión la realiza el sector privado por lo que el Estado ve a estos como una forma de mejorar económicamente. La desindustrialización marca una pauta fundamental para la expansión de la plaza comercial, pues diversos cascos comienzan a ser abandonados ante la falta de inversión y las pérdidas, esto, como ya se ha mencionado, brindó al sector inmobiliario privado la posibilidad de acceder a grandes terrenos que estaban en desuso, por lo que la inversión en infraestructura urbana fue mínima, mientras que el gobierno vio en el comercio la posibilidad de regenerar y reavivar esas zonas que habían sido abandonados. Cruz (2008: 2) también concuerda y agrega que esto atrajo “transformaciones urbanas producto de la globalización”.

Varios de los terrenos a los que tiene acceso en primera instancia el sector inmobiliario es en la periferia urbana donde los agentes inmobiliarios realizan un “intenso proceso de modificación de la vieja estructura urbana, mediante la construcción de grandes inmuebles de oficinas y comercio; hacia la periferia metropolitana, desarrolló fraccionamientos para las capas de ingresos medios y altos” (Pradilla y Pino, 2004: 76).

Así se profundiza otro aspecto en la ciudad que es la ocupación de la periferia por parte de los sectores de la población medios y altos, ya que hasta ese momento la periferia estaba ocupada por los sectores obreros y de bajos recursos económicos. En esta expansión de la ciudad también se vuelve evidente la relación entre empresa-Estado mediante el capital del sector inmobiliario y los permisos por parte de los gobiernos que en ese momento encontraban una solución al rápido crecimiento demográfico. Esto es permitió, según Pradilla y Pino (2004: 76) que se iniciara el proceso de formar subcentros comerciales o terciarios destinados a solo un pequeño sector de la población que se alejaba del centro de la ciudad y que comenzaba a tener mayor, significación, lo que obligó a las autoridades a trabajar en una nueva “lógica estructural que constituyó una fase de transición fue asumida como la realidad del futuro por el Programa de Reordenación Urbana y Protección Ecológica del Distrito Federal en 1984”. En esta misma época se comienzan a aplicar las reformas neoliberales que provocaban privatizaciones de algunos sectores y el inicio del libre mercado, con lo que los nuevos centros comerciales adquirieron mayor importancia y se vieron beneficiados del inicio de la “desvalorización del trabajo asalariado, transnacionalización del capital y la economía e integración subordinada a la globalización desigual”, esto provocó “el incremento del desempleo” (Pradilla y Pino; 2004: 77).

Liliana López (2006: 151) también se refiere a esta temporalidad, aunque bajo otros conceptos, cuando explica que es justamente cuando se comienza a dar una ampliación del consumo como una forma cultural y de manera general, además de que la ciudad adquiere las características socioeconómicas actuales, y menciona que el fin de la década de 1980 y el inicio de 1990 el capital inmobiliario impulsa una expansión económica en el país y en específico en la ciudad. Esto generó que se iniciara la construcción de centros comerciales en diferentes zonas de la ZMCM, aunque primordialmente en dirección al poniente y al noroeste, mientras que el resto es prácticamente inexistente en esos momentos este tipo de comercio. En este punto hay una convergencia total con los trabajos de López, Cruz y Pradilla, que, de diferente manera, explican que es en las zonas socioeconómicas altas y medias donde se disponen casi la totalidad de plazas comerciales.

Como se mencionó, el avance e inversión inmobiliario va ligado a las reglamentaciones gubernamentales, Lulle y Paquette, (2007: 343), explican que el programa de desarrollo de 1987 no se hace referencia a los centros comerciales, es decir es una etapa en la que ya hay un auge de los grandes *malls* en la ZMCM y no existía reglamentación alguna que tratara de legalizarlos. Fue hasta el Programa General de Desarrollo Urbano (PGDUDF) de 1996, cuando finalmente se da un reconocimiento gubernamental a estos urbanismos, aunque solo se reconocen 14 en el Distrito Federal (Lulle y Paquette, 2007: 343). Con esto se reconoce la importancia que tienen ya estas estructuras en cuestión comercial y urbana, aunque no existió una reglamentación que tratara de limitarlos o regularlos.

López (2006: 159) menciona otro punto trascendental en su estudio, y que es coincidente con el presente trabajo, es que se les da importancia central a las tiendas ancla, es que según la zona económica es el tipo de tienda ancla que existirá, por ello será diferente, las tiendas más lujosas estarán en las partes de la ciudad donde más recursos económicos se tienen. Con esto también el empresario inmobiliario pudo entrar de una forma más organizada y planificada a las zonas conocidas como de recursos bajos, ya que edificaban grandes bodegas para destinarlos a tiendas de autoservicio sin las departamentales que son altamente costosas. Además, que se garantiza el éxito de la plaza ya que se cubren las necesidades de la población que circunda el nuevo centro comercial. Es entonces que después del sexenio de Salinas de Gortari inicia la edificación de los centros comerciales en las zonas oriente, norte e incluso centrales de la ZMCM, con lo que este proceso de tercerización adquirió una cobertura casi total en toda la ciudad. Es decir que ya entrado el neoliberalismo en el país se transforma el tipo de hacer ciudad por parte del capital inmobiliario, y por ende de construir centros comerciales, se modificó y se empezó a incluir a todos los sectores sociales, aunque de forma parcial y selectiva. Una de las formas en las que se cambian las características es en la forma de conseguir espacios para construir los centros comerciales, al menos en el interior de la ciudad.

Según se relató²⁰, anteriormente, específicamente hasta la década del año 2000, los centros comerciales eran construidos en zonas donde existía la facilidad del terreno, pues las urbanizadoras tenían a personas dedicadas a peinar la ciudad en busca de zonas de posibles edificaciones, en cuanto se encontraba algún lugar se iniciaban las conversaciones para que la inmobiliaria adquiriera ese terreno, posteriormente se realizaban estudios de mercado para conocer los niveles socioeconómicos de la población circundante y así establecer si el sitio era apto para inversión urbana o no y qué tipo de tiendas se podrían instalar en el nuevo centro comercial. Sin embargo, esto se modificó y actualmente ya la localización de terrenos es diferente, pues primero se realizan los estudios de mercado y posteriormente se trata de conseguir algún terreno, y si la zona se identifica como posible de obtención de plusvalía, la inmobiliaria hace todo lo posible por adquirir algún terreno. La dificultad radica en que debido a la actual densidad demográfica no es sencillo conseguir algún terreno disponible, por lo que en ocasiones se opta por construir en forma vertical en espacios reducidos en la forma horizontal.

Esto es un ejemplo de la facilidad con la que los desarrolladores urbanos construyen cualquier edificación y también es evidencia de la falta de reglamentaciones. Lulle y Paquette, (2007: 344) explican que en el Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (PGDUDF) de 2003 se consideraban a los nuevos centros comerciales como una de las causantes del crecimiento de la periferia de la ciudad.

En este programa, que se publicó en la Gaceta Oficial el día 31 de diciembre de 2003 cuando era Jefe de Gobierno López Obrador, da muestras de la preocupación de la expansión urbana y del crecimiento descontrolado en especial “en las delegaciones periféricas”²¹. Este documento es también una muestra de que las autoridades urbanas son sabedoras de lo que se generaba en ese momento a nivel urbano y social con la proliferación de centros comerciales, además de que sí se conocían las causantes de que esto existiera. Mientras que, en otro punto, el

²⁰ Entrevista realizada en agosto de 2015 a un trabajador de una tienda en cadena que es una de las principales que operan en los centros comerciales de la ZMCM.

²¹ Gaceta Oficial del Distrito Federal Decreto por el que se aprueba el Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal. 31 de diciembre de 2003.

<http://cgservicios.df.gob.mx/prontuario/vigente/402.pdf> Consultada en abril 2017

documento confirma a nivel gubernamental unas hipótesis de las que parten la presente investigación, que es que el sector inmobiliario es causante de la producción de un espacio acorde a los intereses de ellos mismos y no a las necesidades de la sociedad.

En ese programa también se hace un breve recorrido de la actividad comercial en el Distrito Federal y se asume la importancia que ha tenido la actividad inmobiliaria la cual, menciona el documento, ha tenido un comportamiento inestable “derivado de las crisis sucesivas, sin detonar una etapa sostenida de expansión de la industria de la construcción” aunque ha tenido “breves periodos de auge en la década de los noventa vinculados con la especulación derivada de la apertura comercial”²². Se abunda aún más en que este periodo de inestabilidad fue provocado por la caída de los mercados internos y de los poderes adquisitivos de la población, además del crecimiento inmobiliario que provocó encarecimiento del suelo y una disminución en la construcción de vivienda social²³.

La inestabilidad que hasta ese momento se había tenido en el sector inmobiliario, junto con la etapa de desindustrialización del país, provocaba un efecto negativo en la generación de empleos, pues en el sexenio de Zedillo (1994-2000), la tasa de población ocupada bajó alrededor de 55%, lo que también benefició un incremento acelerado del:

“proceso de cambio en los patrones de su actividad comercial, que se expresa en la proliferación de mega centros comerciales, tiendas departamentales, autoservicios y franquicias. Estos van desplazando a los centros tradicionales de abasto (mercados públicos, negocios de abarrotes, tortillerías, panaderías, etc.) que no tienen recursos suficientes para competir con este tipo de comercio, controlado por monopolios nacionales y extranjeros. Este fenómeno margina a los productores nativos, modifica los patrones de consumo y causa alteraciones en el funcionamiento urbano. [...] Así se constituyen dos circuitos comerciales paralelos y aislados que abastecen, en un caso, a las clases

²² Ibid

²³ Ibid

medias y altas y, en otro, a los sectores de más bajos ingresos, pero que no armonizan en un sistema comercial articulado e integral” (Gaceta Oficial del Distrito Federal, 31 de diciembre 2003: pág. 14).

En el programa se tiene entonces la conciencia de que el surgimiento de nuevos centros comerciales grandes, o megaproyectos, además de otras urbanizaciones acarrea consecuencias sociales y económicas que colaboran en generar separación social entre la comunidad. Aunque eso se marca como un punto a prestar atención pues ese fenómeno aumentaba en la década de 1990, no se realizaron las acciones pertinentes o al menos no funcionaron.

También Lulle y Paquette (2007: 344) coinciden y hacen evidente que el programa consideraba la gravedad de la saturación de los centros comerciales, como lo son la saturación vehicular y de estacionamientos, transformación en los usos de suelos y alteración de espacios aéreos, además de los cambios urbanos y la eliminación de los espacios públicos. Sin embargo, aunque el diagnóstico es profundo las acciones que se realizaron o que se planearon no limitaron o reglamentaron siquiera la construcción de los grandes *malls*, pues los empresarios inmobiliarios han seguido construyendo sin ningún tipo de limitante o de restricción, incluso en la administración distrital actual es cuando más se han construido este tipo de urbanismos, aunque ahora existan más reglamentos o programas que intentan frenar el avance terciario. Lulle y Paquette, (2007: 348) describen que todo evidencia que en esta etapa del capitalismo las “autoridades ha sido rebasadas por el mercado” y también por el interés inmobiliario que define y hace la ciudad. Los intentos de limitar los permisos para centros comerciales se han mantenido en propuestas y pedimentos por parte de algunos sectores políticos del Distrito Federal señalan las complicaciones que la ciudad tiene, esto ocurrió, por ejemplo, en 2008 cuando un sector de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, solicitaba se limitara la construcciones de centros comerciales pues provocaban que los

mercados tradicionales y centrales de abastos estaban superados y podían llegar a la quiebra ante la imposibilidad de competir con los grandes centros comerciales²⁴.

Sin embargo, lejos de limitar las licitaciones, el gobierno de Ebrard presumía, durante el sorteo previo al mundial de fútbol a realizarse en Suráfrica en 2010, que en los límites del Distrito Federal existieran 20 grandes centros comerciales que, según Alejandro Rojas Duran, secretario de Turismo en ese momento, era un atractivo de la ciudad para el turismo extranjero²⁵. Previamente, en el año 2007, en la inauguración de Parque Tezontle, los representantes del gobierno distrital y de la delegación Iztapalapa, presumían la inversión privada, la más grande en esa zona de la ciudad con el mismo equipamiento y arquitectura que los grandes centros comerciales de otras zonas de la ciudad, así como la llegada de tiendas departamentales de prestigio como Sears y Liverpool²⁶.

Estas acciones ponen de manifiesto que las autoridades gubernamentales impulsan en la ciudad la competitividad que le permita verse como ciudad global, también se le otorga a la inversión privada inmobiliaria un papel fundamental en el desarrollo urbano. La construcción de Centros Comerciales en los CETRAMS también es una muestra del doble discurso del gobierno capitalino, pues por un lado algún sector pide que este tipo de estructuras se limite y por otro se impulsa y se ven como las únicas formas de realizar inversión y mejoras en las zonas donde se localizan los antiguos paraderos.

El PGDUDF del 2003 continuó hasta el año 2012 en que se le trataron de hacer algunas mejoras con el propósito de hacer una ciudad más ordenada y democrática²⁷. En este mismo año entran en vigor otros programas que tratan de lograr una ciudad con mayor ordenamiento, uno de ellos es el Programa de

²⁴ La Redacción W Radio. *Piden a Ebrard restringir permisos de apertura a centros comerciales*. W Radio. <http://www.wradio.com.mx/noticias/piden-a-ebrard-restringir-permisos-de-apertura-a-centros-comerciales/20080806/nota/647039.aspx> Consultada en abril 2016.

²⁵ La Redacción México City. *Palabras de Alejandro Rojas Díaz Durán, Secretario de Turismo de la Ciudad de México durante el sorteo del mundial de Suráfrica 2010*. <http://www.mexicocity.gob.mx/imprimir.php?cat=41400&oprensa=221> Consultada en agosto de 2016.

²⁶ Archivo. *Inauguran Parque Tezontle*. El Universal. <http://archivo.eluniversal.com.mx/estilos/55616.html> Consultada en abril de 2016.

²⁷ En Issuu <http://issuu.com/politicaspUBLICAS/docs/pgdudf/112> Consultada en abril de 2016.

Ordenación de la ZMVM, que entra en vigor en el mismo año, trata de hacer de esta una “metrópoli equitativa, sustentable, competitiva y gobernable”²⁸. En la elaboración de estos, el avance acelerado de la construcción de inmuebles se convirtió en un punto de preocupación para algunos sectores gubernamentales, pues parecía que toda la inversión se realizaba sin que existiera algún impedimento legal, por lo que se pedía se verificaran varias nuevas construcciones²⁹.

Desde el PGDUDF de 1996 había la intención de que estas nuevas estructuras urbanas tendientes a la tercerización conformaban nuevos subcentros, pero no en los lugares donde se necesitaban que eran las zonas pertenecientes a las clases medias y bajas sino en las zonas de la ciudad con mayores niveles adquisitivos debido a que los intereses privados de construcción estaban destinados hacia los sectores de altos y medios altos (PGDUDF, 1996: 76 en Lulle y Paquette, 2007: 349).

Según Lulle y Paquette (2007: 349). La planeación urbana gubernamental responde también a la etapa económica en que se vive, pues en la actualidad las reglamentaciones son más laxas y flexibles y por un tipo de urbanización con proyectos más ágiles y en los que se mezcle la participación de capital privado con el público.

El inicio del neoliberalismo en México significó los cambios en las planeaciones urbanas del Distrito Federal, aun cuando era Departamento del Distrito Federal a cargo del partido en el gobierno federal, ya que desde esa época se comenzaba a brindar una apertura hacia la inversión del sector inmobiliario, al que solo se le impedía la construcción de megaproyectos que podrían atentar contra la estructura urbana que predominaba, esta política que continuó durante la primera administración perredista (1997-2000), con Cuauhtémoc Cárdenas (Pradilla, 2004).

Mientras que durante la administración de López Obrador, se impulsó el llamado Bando Informativo Número 2, que pretendía frenar el crecimiento desordenado de

²⁸ Ibid

²⁹ VII Legislatura Asamblea Legislativa del Distrito Federal <http://www.aldf.gob.mx/comsoc-diputados-citaran-titular-seduvi-conocer-los-avances-nuevo-pgdudf-5970.html> Consultada en abril de 2016.

la ciudad, con el objetivo de que el gobierno local estaría por encima de los grupos urbanizadores, por lo que se prohibía la construcción de grandes centros comerciales en las delegaciones, Álvaro Obregón, Coyoacán, Cuajimalpa, Iztapalapa, Magdalena Contreras, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco³⁰, es decir, al oriente y sur de la ciudad principalmente, y se incentivaría la construcción hacia el centro del Distrito Federal. Si bien esto no significó un cambio rotundo en las construcciones de las grandes plazas, ya que durante este periodo se construyen tres plazas y dos más en 2007, aunque de estas últimas los permisos se otorgaron durante la administración obradorista, parecería que sí funcionó la intención de atraer inversión hacia el centro de la ciudad, ya que solo Parque Tezontle se edificó fuera de esta zona, en Iztapalapa, la cual fue abierta hasta 2007, es decir, ya en el periodo gubernamental siguiente. Fue desde el mandato de López Obrador que se estrechó la relación entre el gobierno y las empresas para la inversión inmobiliaria.

Emilio Pradilla (2008: 50) nuevamente realiza un análisis en el que menciona que el Bando 2, no impidió que los grandes centros comerciales se siguieran construyendo en las delegaciones centrales. Y va más allá al mencionar que el siguiente Jefe de Gobierno, Marcelo Ebrard (2006-2012) no limitó el crecimiento de estos. A esto se debe agregar que en la administración de Miguel Mancera (2012-2018) no existe prácticamente ninguna limitación

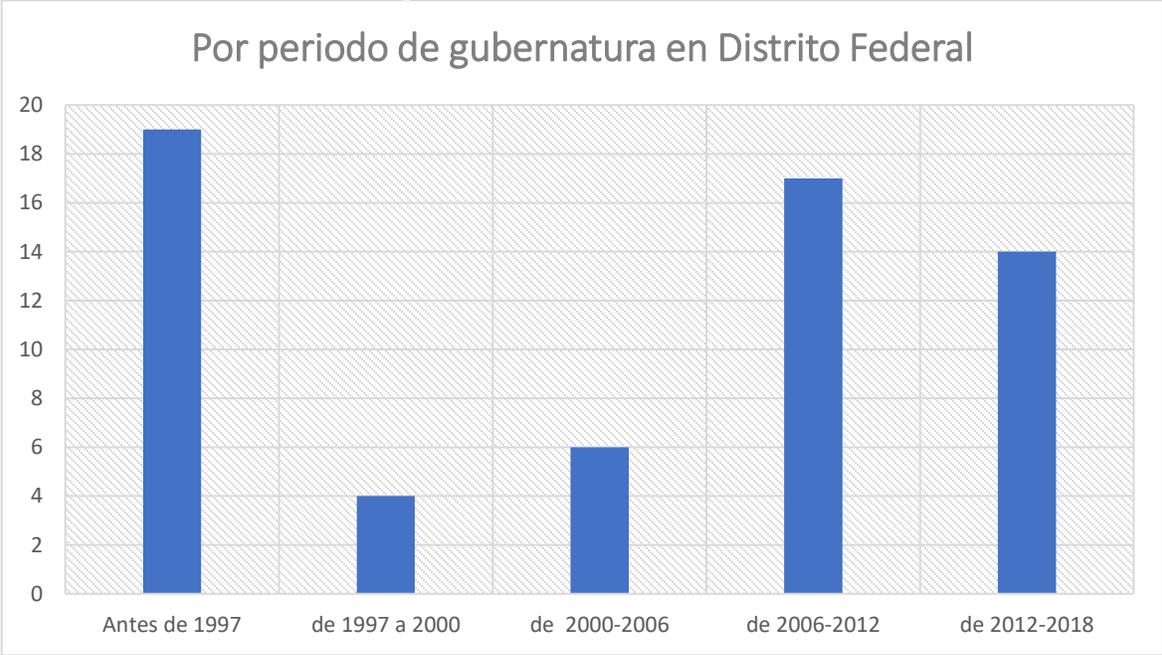
En el gobierno de Marcelo Ebrard, si bien se continuó la tendencia de apoyar la inversión en la zona centro del Distrito Federal, se flexibilizó la posibilidad de construcción en otras partes de la ciudad. Aun así, durante su periodo (2006 - 2012) se edifican seis grandes plazas, aunque distribuidas por toda la ciudad. Mientras que durante la gubernatura de Miguel Ángel Mancera (2012-2018), la apertura de construcción hacia los centros comerciales es casi total, incluso se considera que las plazas son un polo de inversión necesario. En los dos primeros años del periodo de Mancera se construyeron cuatro plazas y se proyectaron tres más para los

³⁰ En Nueva aerolínea <http://www.nuevaeraonline.com.mx/la-planeacion-urbana-durante-el-gobierno-de-amlo/#.UxqDifl5OoM> Consultada en enero de 2016.

siguientes dos años, es decir que durante esta última administración se tienen casi el mismo número de centros comerciales inaugurados que durante los dos periodos perredistas anteriores, si se considera el total de los centros comerciales, las aperturas son muy similares entre los sexenios de Ebrard y Mancera (Gráfica 5).

Durante la década de 2000, fue en el estado de México donde se concentró la construcción de las grandes plazas comerciales, principalmente durante la administración de Peña Nieto, que en sus programas de desarrollo urbano brindaba facilidades hacia las grandes construcciones. La misma situación continúa actualmente. En esta administración la construcción de las grandes plazas también se considera para la generación de empleos y abatimiento de inseguridad. Incluso, el gobierno mexiquense ha participado en algunos proyectos, como lo es Luna Parc inaugurada en 2009, en la cual participó activamente junto con otros inversores que hasta ese momento no habían participado en la construcción de plazas.

Gráfica 5. Por gubernatura en el Distrito Federal desde 1997.



Fuente: elaboración propia. (Datos en el anexo).

Pradilla (2008) también argumenta que los distintos gobiernos locales impulsaron el aumento del parque vehicular con la construcción de nuevas vialidades rápidas que fueron aprovechadas por los agentes inmobiliarios para la construcción de las

plazas comerciales y con ello se convierten en una parte importante de los corredores terciarios.

Todas las instancias gubernamentales ven en las plazas comerciales la oportunidad de regenerar una zona o aumentar su plusvalía; los centros comerciales se convierten en una tendencia de atraer inversión y “solucionar los problemas de la ciudad”, aunque también al congestionar una zona y atraer mayor inversión, provocan el colapso de la zona e incluso provocan la destrucción de la ciudad.

En la ciudad de México, como se ha visto, las plazas comerciales se han diversificado y masificado. Por lo tanto, es necesario realizar una delimitación de los centros comerciales a estudiar, aunque los centros comerciales que se han elegido para su análisis son Delta y CETRAM El Rosario, se cree conveniente diferenciarlos de otras dinámicas existentes, por lo que en esta sección se analizan cinco casos diferentes, es decir se efectuó una delimitación a cinco centros comerciales de un total de 137 que se habían considerado al inicio,

Esta última elección con cinco plazas se realizó con base en el acceso a la información que se pueda tener, por lo tanto, en este momento solo se incluyen centros comerciales dentro de los límites del Distrito Federal, se abarcaran centros comerciales en diferentes zonas de la ciudad de México, que fueran de un modo o tipo diferente, así como de distinta empresa desarrolladora y época de apertura. También se incluyó el éxito que puede representar esto para determinar la influencia urbana que pueda tener cada centro comercial.

2.5 Los grandes centros comerciales: diferenciación socioeconómica.

Con el arribo al país de la economía del libre mercado la búsqueda de nuevos territorios por parte de diversos capitalistas para invertir y adquirir ganancias mediante la renta se disparó. Esto provocó que más sectores económicos buscaran en la inversión urbana un nicho para adquirir ganancias, esto provoca mayores modificaciones en la estructura urbana.

Cualquier nueva edificación presenta un impacto en el espacio circundante, ya sea en la simple cuestión física o en lo económico e incluso en lo social. Los centros

comerciales al ser un centro económico y comercial alteró el espacio de gran manera, entender el impacto que se ha tenido puede resultar complejo. Una forma de entender el impacto urbano que han tenido los centros comerciales grandes es a partir de los datos oficiales además que es importante adentrarse en las metodologías que utilizan las inmobiliarias para así entender las causas por las que las inmobiliarias deciden donde colocar sus centros comerciales grandes y qué tipo de tiendas incluirán en su interior, aunado a los datos estadísticos pues esto brinda una visión de las características que tiene cada zona y permite la formulación de teorías de los intereses de los inversores.

Para realizar una diferenciación entre zonas socioeconómicas, se utilizó el documento del INEGI titulado *Regiones socioeconómicas de México*³¹, la cual realiza una división por AGEB³², que contiene siete estratos en orden ascendente, por lo que los niveles más bajos son el 1 y 2, que son los que entrarían en estratos económicos bajos, del 3 al 5 que serían los medios, mientras que los más altos son el 6 y 7. Para realizar estos datos el INEGI considera los ingresos económicos de cada vivienda, diversos tipos de aparatos electrodomésticos, empleo, tipo de vivienda, servicios, entre otros³³.

Esta cartografía permite identificar algunas generalidades como que las grandes plazas comerciales se localizan en zonas de transición económica, solo al poniente y noroeste de la ZMCM, la zona es completamente homogénea y tiende a estar por arriba del sector 6. Las mayores diversidades se localizan entre los estratos que aquí se marcan como medios, entre el número 3 y 5 (Mapa 4).

³¹ Regiones Socioeconómicas de México. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática, (INEGI) 2000 http://sc.inegi.gob.mx/niveles/datosnbi/reg_soc_mexico.pdf Visto: Enero-febrero 2013.

³² La AGEB, constituye la unidad básica del Marco Geoestadístico Nacional, se clasifica en dos tipos: urbana y rural. La primera es el área geográfica ocupada por un conjunto de manzanas que generalmente son de 1 a 50 habitantes, perfectamente delimitadas por calles, avenidas, etc.; este tipo de AGEB se asigna en áreas geográficas de localidades que tengan una población igual o mayor a 2,500 habitantes...las AGEBs urbanas subdividen a las áreas del país que cuentan con 2,500 o más habitantes, o que son cabeceras municipales, éstas son denominadas localidades urbanas de acuerdo con la normatividad del MGN. http://sc.inegi.gob.mx/niveles/datosnbi/reg_soc_mexico.pdf

³³ Los datos que considera el INEGI para realizar este tipo de estudios se modifican constantemente por lo que no es posible homogeneizar con temporalidades.

Esta característica de las zonas evidencia que la ciudad de México es completamente heterogénea y un centro comercial sirve para regeneración urbana o como punto de partida de grandes consorcios terciarios, pero no funcionan como parte de una mejora en la calidad de vida de las personas ya que donde se localizan, además de encarecer el suelo y diversos costos, el nivel de vida continúa de la misma manera que antes de la construcción de los grandes *malls*.

Dentro de las plazas en zonas de transiciones económicas, se pueden subdividir en dos secciones: Las plazas que tienen menos de dos estratos de diferencia en su zona de influencia se encuentran: Parque Santa Fe, Parque Delta, Fórum Buenavista, CETRAM El Rosario, Mexipuerto Cd. Azteca y Patio Ayotla. Se muestran casos en los que se muestra una diferenciación mayor entre zonas económicas son Gran Terraza, Multiplaza Arboledas, Parque Tezontle, Torres de Lindavista, San Marcos Power Center, Patio Interlomas, Ciudad Jardín, Sendero Ecatepec, Gran Patio Texcoco, y Plaza Central, donde el nivel económico del sitio donde se construyó el *mall*, contraste fuertemente con los alrededores de este, incluso están enclavadas en unas de las zonas con mayor nivel de pobreza. En estos casos, las plazas están localizadas cercanas a vialidades que funcionan como “fronteras” entre zonas económicas y ninguna está localizada en el nivel económico menor. Solo Plaza El Cortijo, Sendero Ixtapaluca, y Sendero Valle de Chalco están localizadas en una de las zonas con los niveles adquisitivos más bajos.

La localización de estos centros comerciales es esencial pues es la que suelen fragmentar el espacio urbano existente ya que inician o son parte de una producción espacial, aquí se pone de manifiesto que existen diferencias sociales y que los centros comerciales los dirigen a sectores sociales específicos, lo que provoca que gran parte de la población sea excluida al menos en el imaginario popular, esto genera desconfianza y división social. Las empresas urbanizadoras tienen en gran medida el poder de decidir lo que se realiza en cuestión urbana. Para apreciar una parte de la influencia que tienen las urbanizaciones sobre su entorno es necesario observar el uso de suelo y sus modificaciones, pues esto evidencia, en primera instancia el acceso a la tierra que tuvieron las empresas y las modificaciones más

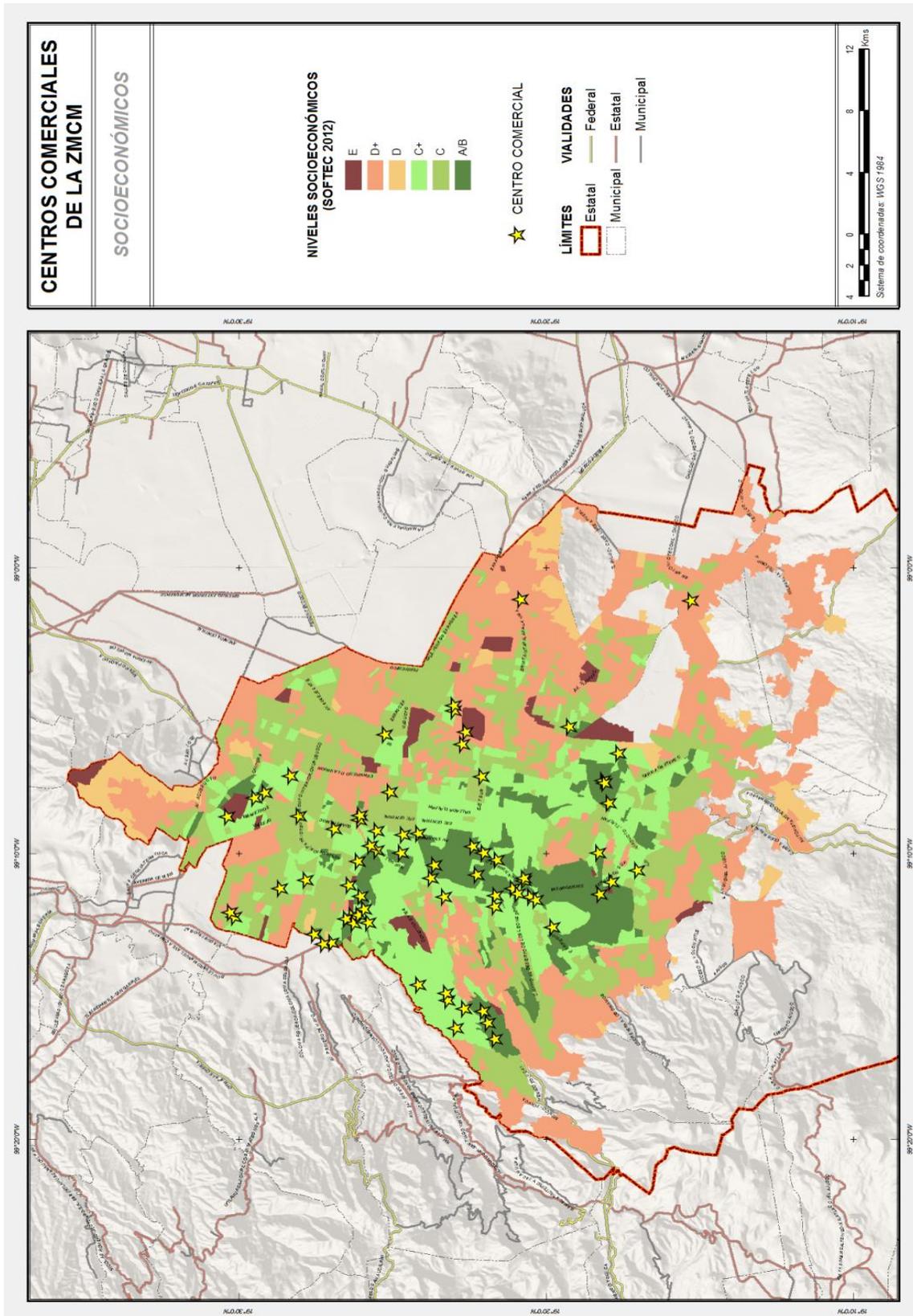
evidentes en la cercanía del lugar. Para analizar estas modificaciones y el entorno antes de realizar cualquier inversión, los inversionistas aplican diversas metodologías para conocer las condiciones socioeconómicas de cada región, una de las más importantes es la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI).

La metodología AMAI, es la que siguen todas las empresas para realizar estudios socioeconómicos de los terrenos donde quieran construir cualquier tipo de comercio, aparentemente porque esta analiza cuestiones que el INEGI no considera, por ejemplo, el riesgo de instalar un inmueble o el dinero que se tiene cada familia destinado para gastar fuera de sus necesidades básicas³⁴. Aunque en realidad las inmobiliarias generan cada una sus propios datos al realizar una mezcla entre las estadísticas de INEGI y de AMAI, con lo que obtienen diferentes resultados, más completos y con diferentes perspectivas, así puede saber exactamente cuántas personas existen por familia, gastos e ingresos totales, entre otros³⁵. Esto les permite conocer riesgos económicos basándose en el nivel de ingresos y costumbres de consumo de la población, establecer un área de influencia, identificar, y si es necesario eliminar o aprovechar una barrera física (que por lo general es una avenida, algún predio, una red de transporte público) y el tipo de comercios que se podrá establecer en el predio seleccionado.

La empresa AMAI realiza sus estudios socioeconómicos basada en los ingresos, nivel de estudios, estilo de vida, su capacidad de consumo y el porcentaje de ingreso que puede destinarse a gastos como el consumo de accesorios no fundamentales para vivir, este porcentaje se consigue al eliminar lo que las personas necesitan para cubrir necesidades básicas. Esto les permite a las desarrolladoras planear el tipo de tienda que pueda estar localizada en cierto lugar y el éxito que pudiera tener, ya con esto se puede realizar una planificación de qué tiendas se podrán incluir en el centro comercial.

³⁴ Entrevista 1. Realizada en la ciudad de México en 2014. Urbanista de centro comercial

³⁵ *Oportunidades en los mercados inmobiliarios*, 2013. http://www.amai.org/quienes_somos/quienes.php, Consultada en octubre 2015.



Mapa 4: Centros comerciales en la ciudad de México. AMAI 2012

La AMAI, es una empresa en la que intervienen otras firmas de mercadotecnia, mientras que el consejo directivo está constituido por personas con estudios en ciencias sociales y en estadística, esto hace que la empresa, según ellos, está “enfocada al sector inteligencia aplicada a negocios y asuntos sociales”³⁶. Esta empresa surge para realizar estudios de mercado y de comunicación para la empresa privada, con la finalidad de contribuir al desarrollo de México³⁷. Lo que AMAI determina es el nivel socioeconómico de una región y dividirla en siete grandes sectores: AB, C+, C, C-, D+, D, E. En el que AB es el más alto, donde se localizan los sectores con mayor nivel socioeconómico y capacidad adquisitiva, y E el de menor capacidad adquisitiva y que, según AMAI, es el 5% del área urbana actual, mientras que el sector D, que es el segundo más bajo y con mayores carencias, representa el sector social más amplio con 21%³⁸.

Según las estimaciones de Danhos³⁹, las personas pertenecientes a los segmentos A/B, C+, C y D+, son los grupos de personas que utilizan los centros comerciales, mientras que los cuatro primeros abarcan el 53% del total de los consumidores de las plazas comerciales. Esto es evidencia lógica que los principales centros comerciales grandes están destinados a personas con altos y medios ingresos, y que aún queda un gran porcentaje de la población que no tiene acceso a ellos. Además, se debe considerar que, en muchas zonas, principalmente en las periferias, las únicas alternativas de consumo y de acceder a algún servicio, es asistir a las plazas comerciales ya que ahí es donde se han generado las centralidades en diversos municipios, y ahí se instalan oficinas de todo tipo en las que se realizan pagos o solicitudes. Estos datos los utilizan las empresas para demostrar el éxito de las plazas y así generar pretextos para nuevas construcciones.

Los datos de AMAI no son utilizados, evidentemente, para solventar las carencias de la sociedad mediante los centros comerciales, sino que se idea para obtener una

³⁶ AMAI, Inteligencia Aplicada a Decisiones. http://www.amai.org/quienes_somos/quienes.php Consultada en octubre 2015.

³⁷ Ibid.

³⁸ En Amai <http://nse.amai.org/nseamai2/#nse-amai> Consultada en octubre 2015

³⁹ *Oportunidades en los mercados inmobiliarios*, 2013. http://www.amai.org/quienes_somos/quienes.php Consultada en octubre 2015.

mayor cantidad de beneficios económicos para las empresas urbanizadoras, estos se logran al conocer a la población circundante. El gobierno local comúnmente generará mejoras en la infraestructura cercana a los centros comerciales, como en el Caso de Parque Delta y CETRAM El Rosario, esto con la finalidad de mejorar la accesibilidad de los visitantes y de la población que por ahí circula, aunque las mejoras no se realizan en todas las zonas, como lo es, por ejemplo, la colonia Buenos Aires, ubicado al costado norte de plaza Delta, esto ayuda a generar una ciudad fragmentada.

Aunado a que puede introducirse en sectores de escasos recursos una tendencia al consumo, una tendencia que no puede ser solventada por el grueso de la población por lo que puede incidir en el aumento de violencia con tal de que las personas excluidas puedan acceder a este nuevo mundo. Los centros comerciales están destinados a alguno de estos estratos socioeconómicos. Incluso puede darse el caso que el nivel al que va dirigida la plaza comercial no corresponda con el primer cuadro próximo al de la plaza. Por ejemplo, en Santa Fe, existen centros comerciales que están destinados a un nivel más bajo del circundante debido a las tiendas de autoservicio, y, por el contrario, existen plazas destinadas a un sector social más alto como en el caso de Parque Delta.

Existen también otras metodologías que las empresas que se realizan recientemente para que los estudios de mercado se conviertan más exacto y los riesgos de inversión sean cada vez menores y tengan más eficiencia, pues la unidad de análisis es por lote y no por manzana, aunque estas nuevas metodologías son demasiado caras, existen empresas que están dispuestas a pagarlas⁴⁰. Esto provocaría que las empresas sepan con claridad cualquier cosa que quieran de la población, lo que se usaría para poder modificar con mayor facilidad el entorno urbano y social, es decir producir un nuevo espacio que beneficie completamente al sector empresarial.

⁴⁰ Resultados de las entrevistas 1 y 2.

CENTROS COMERCIALES DE LA ZMCM

LOCALIZACIÓN

ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS INEGI

1	5
2	6
3	7
4	

★ CENTRO COMERCIAL

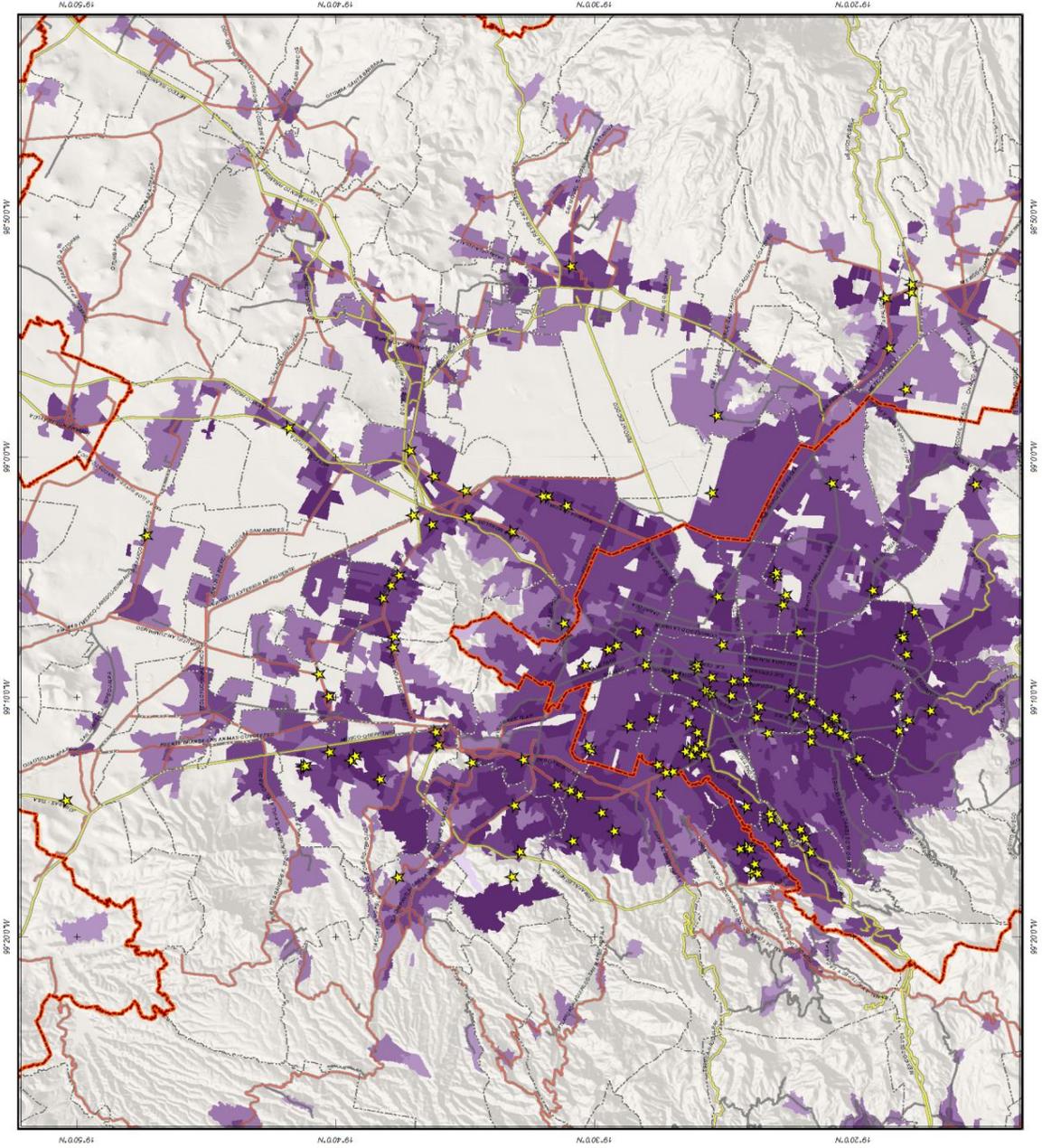
LÍMITES

Estatal	Federal
Municipal	Estatal
	Municipal

VIALIDADES

4 2 0 4 8 12 Km

Sistema de coordenadas: UTM 1984



Mapa 5. Los centros comerciales sobre las zonas económicas según el INEGI.

Los resultados de las distintas metodologías pueden ser diferentes ya que consideran elementos desiguales, sin embargo, en cuestión general pueden arrojar muy dispares entre ellas e incluso contradictorios. Lo que se realiza a nivel gubernamental es para conocer la realidad del país, mientras que las empresas privadas son para obtener beneficios económicos, por lo que se consideran distintas categorías de análisis. Esto se evidencia en este trabajo con la comparación de los mapas que se realizan con cada una de las metodologías (INEGI y AMAI), Al comparan los mapas generales con ambas metodologías, el resultado será dispar, aunque ambas están divididas en 7 categorías, los resultados de la segmentación son diferentes. Aunque coinciden en marcar las zonas de mayor y de menor nivel adquisitivo, la delimitación de unas y otras no coinciden.

Según los datos de AMAI, en el mapa de los límites del Distrito Federal, se aprecia que existe una mayor concentración de plazas comerciales en los sectores económicos más altos, que son AB y C+, aunque también se localizan plazas en las zonas con menor nivel adquisitivo en los límites de las delegaciones Iztacalco e Iztapalapa. Mientras que los centros comerciales que se localizan en las principales vialidades de la ciudad se caracterizan por estar en zonas fronteras entre dos sectores económicos, lo que resulta que el *mall* sea destinado a diferentes sectores económicos, esto puede ser parte del éxito de cada uno de los centros comerciales como lo es Delta (Mapa 5).

La división en sectores económicos brindara a los inversores inmobiliarios la posibilidad de escoger el tipo de tiendas que se establezcan en la nueva construcción. Aunque existe inmobiliarias que tienen contratos preestablecidos con algunas firmas, como es el caso de Wal-Mart con MRP, esto hace que todas las construcciones de esta inmobiliaria tengan como ancla esta cadena de autoservicio⁴¹. La tienda ancla entonces se convertirá en un elemento distintivo en cada uno de los centros comerciales grandes y también va en relación con la ubicación, por lo que el factor esencial está en relación con la zona económica

⁴¹ Entrevista 2, realizada en la ciudad de México en noviembre de 2014. Entrevista con urbanista de la ciudad de México.

donde se localice el centro comercial. En las zonas medias-altas y altas todos los centros comerciales grandes cuentan con una tienda departamental como su principal comercio como El Palacio de Hierro, Liverpool o Sears, o incluso dos de ellas. Mientras que en todos los casos de zonas medias-bajas y bajas el ancla es un autoservicio como alguna de grupo Wal-Mart, Soriana. Las plazas que están en zonas de transición por lo general tienen una mezcla de los dos tipos de anclas, es decir departamentales y de autoservicio, este es el caso de Parque Tezontle, en Iztapalapa, Delta en Benito Juárez, Fórum Buenavista, en Cuauhtémoc, entre varias más. Las únicas excepciones son Patio Barranca del Muerto, Patio Tlalpan y Oasis, localizadas en una zona económica media-alta pero las tres tienen un autoservicio de ancla. Esto está relacionado con la desarrolladora, cuestión que se tratará más adelante.

En el discurso de gobiernos locales y de empresarios urbanos, los centros comerciales mejorarán la zona en la que estos son construidos, pero como se mencionó, esto se genera solo en algunos casos puntuales, principalmente en la zona oriente y norte de la ZMCM, ya que donde existían zonas de clases altas estos solo aumentan el plusvalor de la zona. En todo caso, lo que sí podría generar una “mejora” sería al ya construirse una nueva centralidad en zonas alejadas de los principales centros económicos de la ciudad, y así ahorrar tiempos de traslado y economía, además de que en ocasiones se han convertido en puntos primordiales para ampliar la oferta de transporte público. Sí se ha vuelto común que las personas que habitan en los límites territoriales del estado de México realicen prácticamente todas las actividades, como el pago de servicios o el consumo cotidiano, en los centros comerciales grandes que han generado nuevas centralidades, aunque en estas también se está comprimiendo el espacio público y las actividades que se fomentan son únicamente las que los empresarios fomentan dentro de las plazas.

Por lo general, en estas zonas se tiene un alto índice delictivo (como en los municipios de Ecatepec, Nezahualcóyotl, Atizapán, Izcalli), por lo que la simple oferta de seguridad es un atractivo, que no se cumple en todas las plazas pues es común que en algunas de ellas ni siquiera se cuente con personal de seguridad, ya

que al ser lugares privados es la administración de la plaza quien debe hacerse cargo de ella, por lo que el no existir seguridad privada es un ahorro para la empresa, aunque es común que por tiendas sí exista seguridad privada solo por tienda. En algunas plazas, como Multiplaza Aragón, o Centro Las Américas, ambas en el municipio de Ecatepec, es el mismo municipio quien se encarga de la seguridad al interior del centro comercial.

A pesar de la oferta de seguridad, por lo general son en los municipios del estado de México donde suelen existir centros comerciales sin éxito, aunque por diferentes causas. La localización es un punto primordial para que una plaza funcione o no, pero esta debe estar relacionada con la oferta. La saturación de centros comerciales en un lugar no significa por sí misma un elemento de poco éxito, por ejemplo, Parque Interlomas es un centro comercial chico que no ha representado ganancias a su grupo inversor, su oferta está dedicada principalmente a niños y a la simulación de parques abiertos y públicos, por lo que solo tiene población los fines de semana, ante esto la empresa trató de darle un giro a la plaza y aumentar la oferta culinaria sin que esto les haya permitido obtener más ganancias, esto a pesar de que esta plaza es parte de un complejo urbana que incluye oficinas y departamentos que sí están ocupados, en este caso sí influye que en la zona de Interlomas existan otros centros comerciales con mayor oferta en la variedad de tiendas⁴².

En algunos otros casos puede romperse el argumento de que la saturación de centros comerciales por sí solo es un elemento de posible fracaso de un *mall*, pues hay casos evidentes de las plazas que no han tenido éxito, se localizan en los municipios de la periferia de la ZMCM, por ejemplo, Plaza Aragón, que aún hoy en día está prácticamente deshabitada y se ha convertido en un punto peligroso para los transeúntes, Mundo E que en un principio representó un gran fracaso para los inversionistas que pretendían atraer inversión al norte de la ZMCM, por lo que tuvieron que remodelar, reinvertir y modificar los giros del centro comercial, que años después sí tuvo cierto éxito por lo que actualmente se plantea una ampliación, además de que en la zona cercana, Periférico Norte, se han instalado otras nuevas

⁴² Entrevista 9, a trabajador de empresa publicitaria de una plaza de Interlomas.

plazas grandes, lo que ha hecho que se conforme otra centralidad que tiende además a conformar un corredor terciario que corre a lo largo de dicha avenida por todo el norponiente de la ciudad⁴³.

Es entonces que se genera el corredor terciario con base en las plazas comerciales, lo que permite que se aumente el plusvalor de la zona, mientras que la concentración de plazas en unas zonas en específico, contribuye significativamente a que esa porción de territorio tenga mayor concentración de flujo económico, poblacional y de mercancías, este es el caso en Santa Fe, Polanco y todo el recorrido de las avenidas que cruzan por en medio de la ciudad de norte a sur. Las grandes plazas son parte importante y complementaria de la conexión que pretende ser un corredor financiero y comercial, el caso más evidente es sobre Avenida Reforma-Polanco, aunque en alguna parte de la literatura se especifica que este puede llegarse hasta Santa Fe, en realidad este es demasiado discontinuo por lo que no se cumple como tal las características de un corredor, sin embargo, también podría debatirse pues en las zonas residenciales que interrumpen este corredor, también se realizan actividades administrativas o financieras.

Al aumentar el valor del suelo y la renta las plazas comerciales se convierten en una primera opción para invertir o colaborar en la inversión para que se construyen grandes centros comerciales en las zonas de mayores conflictos sociales, como lo es la parte oriente y norte de la ZMCM, al igual que en los paraderos de transporte público donde las problemáticas de inseguridad son parte de la cotidianidad. Es entonces que el centro comercial, además de aumentar el valor de la zona, contribuye a generar y justificar un ambiente de vigilancia mutua y extrema, la generación de estereotipos y miedos sobre el exterior, así como al rechazo entre personas de los mismos grupos sociales. Esto lo confirma López (1999: 19-20) al decir que los centros comerciales generan realidades alternas que se basan en el consumo como una actividad cultural que genera prestigio y distinción social.

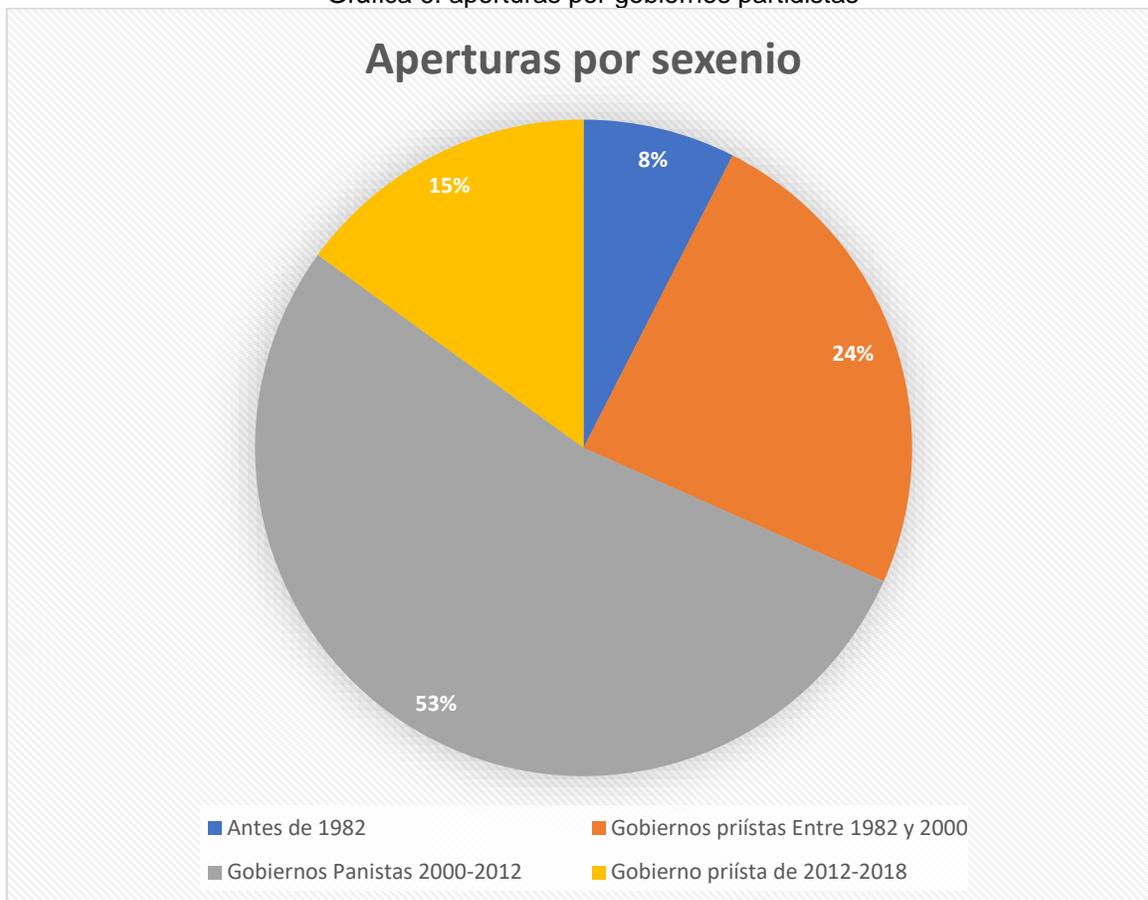
⁴³ Información proporcionada mediante entrevista a un trabajador de planificación de centros comerciales en diciembre de 2014.

Se encuentra una estrecha relación entre la época histórica del momento de la construcción, las administraciones gubernamentales y los grupos empresariales. El abandono del modelo de Estado benefactor para la adopción de un gobierno neoliberal facilitó la construcción de los grandes centros comerciales ya que en ocasiones no se siguieron patrones urbanos dentro de la ciudad, sino que se generaron grandes proyectos urbanos locales que modificaron la estructura de la ciudad pero que incrementaron el valor del suelo (López, 1999: 18). Con estos cambios, también se le dio mayor importancia a lo simbólico, que modificó los símbolos anteriores sociales existentes, con lo que los centros comerciales van también a ser productores de cultura social (López, 1999: 18).

La inversión que se realiza con los grandes centros comerciales también tiene estrecha relación con las etapas de crisis en el país. Al igual que en el censo total, la época de menor crecimiento fue durante la década de 1990, en especial desde 94 al 98, en esos tres años solo se inauguran tres *malls*, Plaza Inbursa, de Grupo Carso, Mundo E, de Frisa y Pabellón Bosques. Todas localizadas en zonas económicas medias-altas. Es decir, solo grupo desarrolladores con un gran potencial de capital pudieron sobrellevar las crisis económicas, aunque todas ellas fueron ya hacia finales de la década, además de que la apuesta era localizarlas en lugares donde aparentemente existía la certeza de éxito comercial. Es entonces al observar las grandes plazas que mejor se distinguen los periodos de crisis y auge económicos del país, ya que, al superar las devaluaciones, los grandes centros comerciales aparecen con mayor frecuencia. Esta también parece la tendencia actual, ya que, de las 44 plazas consideradas, 16 son después del año 2010, esto también está en relación con las diferentes administraciones federales y locales.

Durante los sexenios federales panistas (2000-2006 y 2006-2012), los grupos urbanizadores crecen en número e importancia en todo el país. Se impulsa los grandes desarrollos urbanos e incluso se incentivan (Gráfica 6). Aunque pudieran existir algunas diferencias con los gobiernos perredistas en el Distrito Federal no así los priistas del estado de México donde el gobierno local y federal trabajaban en coordinación.

Gráfica 6: aperturas por gobiernos partidistas



Fuente: elaboración propia (Datos en el anexo).

Capítulo 3: *CETRAM El Rosario: Los agentes públicos y privados en la producción de un espacio*

En el presente capítulo se analiza lo relacionado con el CETRAM El Rosario, desde los antecedentes territoriales, los grandes cambios que ha tenido la zona nororiente de la ciudad, así como los agentes que se han involucrado en la edificación y administración del CETRAM. Es fundamental, para entender el proceso de la consolidación de los centros comerciales, comenzar la explicación con la normativa que rige la ciudad en general para la construcción de los centros comerciales.

Los centros comerciales Parque Delta y CETRAM El Rosario son dos urbanizaciones distintas entre sí, aunque tienen algunas características similares como lo es que ambas son parte de la producción o configuración de un espacio urbano neoliberal, además que son construidas por dos de los grupos desarrolladores más influyentes en la Ciudad de México como lo son Fibra Danhos el primero y Grupo Carso el segundo. Ambas construcciones son parte de una gama amplia de proyectos de ambas empresas que incluyen otros centros comerciales, hoteles, oficinas y departamentos, para lo que es común que realicen ciertas alianzas con otros grupos empresariales para así disminuir sus riesgos y maximizar sus ganancias. A las dos empresas se les ha relacionado de una manera cercana al gobierno del Distrito Federal, y para el gobierno estas dos empresas son de las que más empatía generan por lo que son comúnmente buscadas para la inversión inmobiliaria.

Danhos y Carso son la muestra de lo que ocurre en materia urbana en la Ciudad de México, en la que existe una gran cantidad de proyectos de toda índole, desde vivienda popular hasta los más lujosos desarrollos, además de centros comerciales de distintas características, desde la plaza que funciona únicamente como aglomeradora de comercios típicos, hasta grandes megaproyectos. Aunque estas dos urbanizadoras se encuentran entre las de mayor presencia en la ciudad, la cantidad total de proyectos en la ciudad hace que ninguna de ellas tenga más del 5% del total de proyectos urbanos en el antiguo Distrito Federal, sin embargo, parte de lo que las hace significativas es el éxito en ganancias que representan sus

desarrollos urbanos, las alianzas que generan con otros agentes económicos y políticos, la generación de diferentes figuras administrativas para realizar sus construcciones, así como el representar dos modelos diferentes de centros comerciales.

Ambas empresas son de las más grandes e importantes en sus rubros, pues a Danhos se le considera una de las tres principales empresas inmobiliarias del país que se han enfocado en la construcción y administración con esto se considera que es de las empresas que influyó en generar el más reciente aumento en construcciones de las plazas comerciales. Carso por su parte, es de las empresas más complejas en organigrama y filiales, aunque es de las que más inversión y ganancias generan, aunque su principal activo no es el urbano, este se ha convertido poco a poco en un punto fundamental para ellos.

De manera específica en Delta y El Rosario se cuentan con características completamente diferentes como lo son la ubicación, el público al que se dirigen, el tipo de inversión, las tiendas al interior, y quizá el más importante que sea el éxito y las ganancias que generan ambas. Esto a pesar de que las dos son de las plazas comerciales con más visitantes al año, aunque por cuestiones completamente diferentes.

Delta es uno de los proyectos inmobiliarios comerciales más exitosos de Danhos, es de los principales en la ciudad e incluso en el país, es de los que más visitantes tienen al año, con alrededor de 18 millones, y más ingresos generan (lo que se ejemplificará más adelante), es además pionero en la mezcla de las tiendas ancla ya que cuenta con una departamental, que es Liverpool, y una de autoservicio, que es Soriana. Danhos su principal grupo inversor es de las empresas líderes en la construcción de centros comerciales, si bien no por el número de este tipo de construcciones, pero sí por el éxito que ellos han representado y por la generación de plusvalías. Para lograr una mayor flexibilidad económica y obtener más recursos es que ha conformado en un fideicomiso inmobiliario con el que cotizan en la bolsa mexicana de valores. También ha logrado establecer redes de relaciones empresariales fuertes, como lo hizo con Grupo Gigante.

CETRAM El Rosario, es un giro completamente diferente, corresponde a una regeneración urbana de la delegación Azcapotzalco, construido en un antiguo paradero de transporte público interurbano, en la que se tiene por objeto aprovechar el espacio libre disponible y darle un giro hacia la tercerización económica. En esa zona la planeación urbana ha corrido a cargo de los gobiernos locales mientras que la inversión ha sido privada, así se han “mejorado” o eliminados espacios públicos para su privatización. En el caso de CETRAM se aprovecha la infraestructura existente de un paradero de transporte público en el que fluyen diversas rutas de autobuses y metro, para colocar un centro comercial con características propias, pues el comercio va dirigido a una población de nivel socioeconómico medio y medio bajo y en tránsito. La idea original es del gobierno, pero la inversión y planeación del centro comercial ha sido de uno de los grupos económicos más fuertes que existen en México como Grupo Carso a través de dos empresas inmobiliarias generadas para este proyecto, por lo que esto demuestra las relaciones existentes entre empresa – Estado, en este caso el Gobierno del Distrito Federal.

3.1 *CETRAM El Rosario y Delta: La producción de dos espacios distintos, la misma normativa*

Los centros comerciales Parque Delta y CETRAM El Rosario, pareciera corresponden efectivamente a dos proyectos urbanos diferentes con protagonistas y objetivos diferentes, aunque en la cuestión normativa siguen un paso similar. Además de que ambos se presentan en la producción de un espacio urbano neoliberal en el que el sector privado asume un papel protagónico, como resultado la ciudad queda fragmentada en distintos grupos sociales mientras se proyectan más espacios para la actividad terciaria. Delta es un proyecto totalmente privado mientras que CETRAM es parte de un proyecto de ciudad que impulsa el Distrito Federal y que ha tenido la delegación Azcapotzalco como un punto nodal, aunque el principal beneficiado en cuestión económica es el agente privado.

Ambos desarrollos muestran la forma en que los nuevos proyectos urbanos, y en especial los centros comerciales, son manejados por las autoridades

gubernamentales para establecer normativas y otorgar los permisos necesarios para el funcionamiento de la nueva edificación.

En primera instancia las normas que se aplican pertenecen a un marco jurídico en el que intervienen cuatro niveles distintos de planeación, el primero es la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (DUDF), que marca la política pública a seguir, en esta también se dan los instrumentos que permiten que el desarrollo urbano se lleve a cabo; posteriormente el Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, que establece el orden o la visión de ciudad que el gobierno pretende, para esto se establecerán instrumentos que se alinearán con la Ley del DUDF; el siguiente paso en la planeación es la integración de los Programas Delegacionales de Desarrollo Urbano, que ejecutan una normatividad específica para la entidad y dota de instrumentos técnicos y legales para el ordenamiento territorial; finalmente están los Programas Parciales que son a nivel colonia y se ejecuta para predios en específico, que se rigen por aspectos históricos, culturales, patrimoniales, entre otros.

En este plano la delegación es la última ejecutora y que autoriza cualquier uso, venta, cambio de utilidad u ocupación, sin embargo, estará siempre en coordinación con el Gobierno del Distrito Federal decida como lo que debe ser y a lo que se debe enfocar la ciudad, es decir, los planes solo dan viabilidad y legalidad al uso que decida el gobierno del D.F. En la actualidad la ciudad de México el comercio y el abasto funcionan como parte del equipamiento básico de la ciudad, por lo que estos usos pueden crecer prácticamente sin ningún tipo de restricción que imponga la ley.

Las empresas desarrolladoras están siempre obligadas a realizar estudios de impacto urbano cada vez que se presente una nueva construcción, el estudio debe constar de seis secciones que son: el cumplimiento de la norma, que corre a cargo de la SEDUVI, en el que se analiza si la obra está dentro del proyecto de ciudad que pretende el gobierno; impacto de movilidad o vial y de estructura, el estudio debe estar avalado por la Secretaría de Movilidad (antes Setravi); también se debe de analizar el sistema de aguas si es suficiente o se debe modificar para satisfacer la necesidad de este recurso y del drenaje; de impacto a nivel delegacional en el

que se establece la concordancia de servicios como alumbrado público e imagen urbana; se debe también presentar los posibles riesgos internos y externos que es presentado ante Protección Civil; finalmente se deben establecer medidas de mitigación al espacio público, el cual se debe presentar a la SEDUVI. Además, se deben realizar estudios de impacto vial, impacto ambiente, de suelo, de impacto en cambio de uso de suelo, impacto ambiental, esto ante las secretarías correspondientes.

Sin embargo, en muchas ocasiones todos estos estudios no se realizan como se deberían hacer, pues únicamente se cumple con el requisito de presentarlos sin realmente haberlos analizado. En ocasiones las urbanizadoras eligen estudios ya hechos, se les cambia el nombre o la zona y se presentan como propios y en un tiempo mucho menor que el que llevaría realizar todos los estudios⁴⁴. Esto es posible por el mal o escaso análisis que se hace de los estudios por parte de las autoridades, aunque al final es un perito en Desarrollo urbano el que debe avalar los estudios y vigilar que se hayan llevado a cabo los cuidados expuestos en los análisis. Es también una obligación de las constructoras realizar una donación o transferencia del 10% de la superficie del predio en favor del Gobierno del Distrito Federal.

Al revisar los dictámenes del impacto urbano de Delta y CETRAM, existen coincidencias y diferencias, ambos proyectos cumplieron con todos los estudios solicitados por la ley. En dichos estudios se aprecia también la diferencia entre ambas construcciones, ya que el de CETRAM es un proyecto que pretende una integración mucho mayor con el entorno que en Delta⁴⁵.

En CETRAM, aunque se otorgan todos permisos necesarios y se aceptan estudios solicitados, todos ellos tienen una “opinión favorable condicionada”⁴⁶. La administración de la edificación tiene bajo sus responsabilidades la construcción de

⁴⁴ Combinación de entrevistas 12 y 13 realizadas los días 9 y 30 de mayo de 2016, a dos urbanistas que laboraron en oficinas gubernamentales en la sección de normativas.

⁴⁵ Informes Trimestrales de Centro Comercial Parque Delta y CETRAM El Rosario adquiridos a través de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal.

⁴⁶ Oficio No.101/DGAU.10/DEIU(002/2010. Del Permiso de construcción.

banquetas que no obstruyan el paso peatonal pero sí que impidan que automóviles se estacionen en los alrededores del CETRAM,

Las conclusiones de los estudios de impacto urbano del CETRAM giran alrededor de que el nuevo inmueble generará una mejora urbana y social en el entorno, aunado con un nuevo orden en el transporte público y en los comercios, además de que funcionará como atractor de población para la delegación. El paisaje será un factor fundamental por lo que se le solicita a la empresa inmobiliaria que la arquitectura esté acorde con el espacio circundante, aunado a que también se deberá buscar un mejor aprovechamiento de los terrenos que sirven como depósitos de desperdicio que se encontraban en el terreno hoy del CETRAM, además de que deben mejorar banquetas e iluminación, así como eliminar baches. Lo que se negó a la fiduciaria del centro comercial fue generar una desintegración mayor de la sociedad, ya que la empresa buscaba construir muros de aislamiento con el pretexto de eliminar el grafiteado de la zona, por lo que el centro comercial podía ejercer una barrera física con la Unidad Habitacional del Infonavit El Rosario.

Para el estacionamiento del CETRAM, se tuvo que realizar una excepción en la reglamentación de la delegación Azcapotzalco, ya que debido a los conflictos de saturación vehicular que existen en al norte de la ciudad, la delegación ha implementado un programa para incentivar el desuso del coche y propiciar el uso del transporte público, esto, según las autoridades, entraba en contradicción con las planeaciones urbanas que mencionan que un área con Potencial Comercial, como el CETRAM generaría un mayor flujo de autos, por lo que se decidió considerar al CETRAM como terminal de transporte público y no como área comercial dando así la vuelta a la normatividad en un claro simulacro, con esto se marca la reducción de aproximadamente el 64% de lugares que se debían destinar a estacionamiento, con lo que se intenta reducir el impacto vial que genera el centro comercial⁴⁷. A cambio se debería construir un bici estacionamiento. Además de que se aprovechan los estacionamientos existentes en las unidades habitacionales cercanas.

⁴⁷ Ibid.

En la ampliación de Delta todos los dictámenes que se emitieron fueron favorables sin cuestionamientos. Para que el proyecto tenga una integración con el entorno las autoridades solo solicitan que la empresa debe “minimizar los efectos negativos que pudiera generar en cuanto a la afectación de espacio público o a la estructura urbana...a través de obras de reforzamiento hidráulico y vial, y mejoramiento del espacio público”, y como parte de las mejoras en el entorno se solicita a la fiduciaria la reconstrucción de las banquetas dañadas, incorporar una rampa para discapacitados, realizar bacheo, reforzamiento de señalización, cambio de red subterránea del alumbrado público, cambio de postes metálicos en toda la región circundante de la plaza y de la ampliación⁴⁸.

En un aspecto primordial que es el de acceso a espacio público, se impone un especial énfasis en evitar que aparezca comercio informal en la zona circundante, por lo que la empresa en conjunto con la autoridad de la delegación debe cuidar este aspecto. El comercio informal existe sobre avenida Cuauhtémoc, en la acera perteneciente al Panteón Francés de la Piedad, aunque desapareció cuando se realizaron obras de reparación de banquetas, al finalizar esta obra, de manera paulatina el comercio informal regresó a la misma acera.

En específico al espacio público se establecen normas básicas de aprovechamiento en ambas construcciones. En CETRAM, se estipula que se deberá establecer con vecinos y usuarios un sistema de comunicación para exponer impactos y medidas de mitigación de la obra, esto debió realizarse desde antes de construirse la obra hasta hoy en día. Mientras que Delta estaba obligada a realizar construcciones que generaran integración social, como lo son mesas de trabajo interdisciplinarias en la que se establezcan proyectos y obras de mejoramiento e integración, además de contar con un anteproyecto arquitectónico que permita realizar todo lo anterior⁴⁹. Estos informes fueron presentados por los fiduciarios Grupo Banamex, el de Delta y Banco Monex el de CETRAM.

⁴⁸ Acta SEDUVI/DGAU/DGAU.14/DEIU/0782014 del permiso de construcción.

⁴⁹ Acta SEDUVI/DGAU/DGAU.14/DEIU/0782014 del permiso de construcción

El uso de suelo es el fin que debe tener cada lote, este será definido por las autoridades especializadas⁵⁰, su cambio está sujeto a distintos procesos como pueden ser la llegada de un mayor número de pobladores, que se haya deteriorado espacio urbano, que se generen actividades ilícitas, que se pretenda un incremento o centralidad de actividades comerciales o que se efectúen especulaciones inmobiliarias.

La regulación del uso de suelo establece tres niveles de zonificación para la planeación urbana:

- I. La primera es una zonificación homogénea por polígonos;
- II. La segunda es con base en corredores urbanos;
- III. La tercera se da a partir de normas particulares por lote dentro de los planes parciales de desarrollo urbano.

En los análisis que aquí se realizan, Parque Delta se encuentra de la segunda mientras que CETRAM está en el tercer nivel. Esto se realiza según el grado de especificidad que se necesite y, en teoría, el uso que se le da al lote o manzana que se trate.

El Programa de Desarrollo Urbano del Distrito Federal considera que los centros comerciales deben estar formando corredores urbanos por estructura, ya que son complementos o detonadores de lo que ahí exista, por lo tanto, deben estar localizados sobre los ejes viales primarios o secundarios. Como son parte principal de la formación del corredor, los centros comerciales podrán salir de la norma de construcción máxima en cuanto a niveles, pues, aunque la norma marque un máximo de cinco niveles estos pueden llegar a un número muy superior. Esto aplica para la construcción de Parque Delta que se localiza sobre una vialidad principal y ayuda a conformar un corredor sobre Avenida Cuauhtémoc. Aunque para que se edificara este centro comercial no existió un cambio aparente de uso de suelo, aunque según la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI), el predio en la zonificación tiene un uso de Equipamiento tipo E, que incluye actividades

⁵⁰ Plan de Desarrollo Urbano, Delegación Benito Juárez 2015. Gaceta Oficial del Distrito Federal.

comerciales, en el que se establecen centros comerciales, tiendas de autoservicio y departamentales, entre otras; además de permitir el uso de Servicios como los financieros, telecomunicaciones, profesionales y deportivos, culturales y recreativos⁵¹. La expansión de Delta hacia la otrora Octava Delegación en apariencia tampoco ha sufrido modificación en cuanto a uso de suelo ya que se considera como Equipamiento tipo E.

Mientras que en el Plan de Desarrollo Urbano de la delegación Benito Juárez establece que los corredores urbanos son “espacios con gran intensidad y diversidad de usos de suelo que se desarrollan en ambos lados de vialidades y que complementan y enlazan a diversas áreas de la ciudad concentradoras a su vez de comercios y servicios”, por lo que se busca la forma de dar las facilidades administrativas que permitan la promoción del desarrollo urbano dentro de los corredores⁵². En esa misma demarcación existen 43 corredores que se busca que tengan alguna inversión.

Esto coincide con el argumento que se ha dado en el primer capítulo de este escrito donde se menciona que, en la producción de los espacios urbanos neoliberales, la edificación de centros comerciales es una parte medular en la, que la actividad comercial es esencial para que estos funcionen y atraigan mayor inversión y así se reestructure el espacio urbano existente. Parque Delta es un ejemplo de esto ya que desde la edificación del centro comercial se ha detonado la inversión en los alrededores.

Los centros comerciales también se han enmascarado como un tipo de equipamiento, que en general es un uso de suelo complementario a las actividades cotidianas de las personas como el habitar y el trabajo, con estos se pretenden dotar a la población de todo lo necesario para la sobrevivencia, por lo un equipamiento también es utilizado para la construcción de un hospital, una escuela, un recinto deportivo, entre otros, además de que estos pueden ser de utilidad pública, privada

⁵¹ Plan de Desarrollo Urbano Delegación Benito Juárez 2005, Gaceta Oficial del Distrito Federal 6 de mayo 2005.

⁵² Plan de Desarrollo Urbano, Delegación Benito Juárez 2015, Gaceta Oficial del Distrito Federal.

o mixta. Al construirse un centro comercial bajo el amparo de la figura de equipamiento está entonces cumpliendo casi automáticamente con cualquier requisito además de esto permitirá que no rompa con la imagen o estructura urbana circundante, por el contrario, tendrá una centralidad en la zona de construcción ya que será visto, al menos desde el plano legal, como una forma en la que la población cercana pueda realizar actividades cotidianas de manera segura y en un solo sitio.

Este es el caso del CETRAM El Rosario el que a pesar de ser un centro comercial casi con las mismas características que los otros (aunque como se verá más adelante dirigido a un tipo de población de nivel socioeconómico menor que el de Delta, por lo que sus locales y tiendas son de otro tipo) está caracterizado como equipamiento según la SEDUVI.

La SEDUVI emitió un Certificado Único de Zonificación de Uso de Suelo Específico y Factibilidades el 21 de abril de 2010, en él daba respuesta favorable a la solicitud de permitir en el predio que hoy ocupa el CETRAM se pudieran construir: tiendas departamentales, tiendas de autoservicio, centros comerciales, centros culturales, servicios de educación, cines, terminales y estaciones de autotransporte urbano y foráneo. La secretaría argumentó su respuesta al señalar que, si bien el predio en cuestión debería corresponderle el uso Habitacional Mixto, al encontrarse en una zona de Área de Integración Metropolitana, le corresponde la aplicación de la Norma de Ordenación 3, que permite que los lotes que se ubiquen sobre una vialidad primaria pueden optar por uso Habitacional o Equipamiento.

Un centro comercial que ha sido tipificado como equipamiento puede también recibir la nomenclatura de “social”, lo que significa que el Estado le otorgará al inmueble todas las facilidades correspondientes para su construcción u operación debido a que esta nueva construcción o actividad contribuye a mejorar algunos aspectos como pueden ser la movilidad ya que ayuda a que no se sature la red vial y el transporte. Es por eso que el centro comercial de CETRAM El Rosario se localiza en la parte superior del paradero, pues así obligan a que los usuarios tarden más tiempo del normal en cruzar del metro a las terminales de autobuses o viceversa con lo que se pretende evitar la saturación en el transporte, mientras que en la parte

inferior se supone hay una mejor logística en el acomodo de las distintas rutas de autobuses con lo que se genera menor congestionamiento vial al menos a la salida del paradero⁵³.

En el Plan de Desarrollo Urbano de la delegación Azcapotzalco, se tiene considerado al CETRAM El Rosario como un Centro y subcentro Urbano, que tienen como característica la inversión pública y/o privada para la regeneración de inmuebles que están subutilizados y que cuentan con un mayor potencial de crecimiento además de que influyen en los sectores circundantes⁵⁴. De esta perspectiva es que ese espacio es susceptible a ser utilizado de la forma que más le convenga a los inversionistas, ya que la planeación deja completamente abierta la posibilidad de realizar cualquier tipo de inversión.

Otro elemento para considerar es la importancia que tiene en la conformación de este tipo de ciudad los lugares destinados para estacionamiento de vehículos. En las dos delegaciones que se analizan aquí, Benito Juárez y Azcapotzalco, se destaca la necesidad de incentivar la construcción de estacionamientos públicos o privados, por lo que para su construcción no será necesario presentar estudios de impacto urbano, aunque se deberá procurar el mejoramiento de la imagen e infraestructura urbana de la zona⁵⁵. Para Benito Juárez se especifica que todos los estacionamientos nuevos o de ampliación deberán estar en el mismo predio donde se ejecute la obra⁵⁶.

Para edificar un centro comercial, e incluso casi cualquier inmueble se debe primero revisar el uso de suelo establecido y, en su caso, modificarlo, esto es importante señalarlo ya que desde 2010 la ley que regula el Desarrollo Urbano fue modificada y desde ese momento el Jefe de Gobierno del Distrito Federal puede efectuar

⁵³ Entrevista 12, realizada el 9 de mayo de 2006, a urbanista que laboró en oficinas gubernamentales en la sección de normativas.

⁵⁴ ⁵⁴ Plan de Desarrollo Urbano, Delegación Azcapotzalco 2008, p 71. Gaceta Oficial del Distrito Federal, 24 de septiembre de 2008.

⁵⁵ SEDUVI, normas particulares, en CiudadMx, visto enero 2016.

http://ciudadmxdgobmx:8080/seduvi/fichasReporte/fichaNormas.jsp?cuentaCatastral=050_019_01&nombreConexion=cAzcapotzalco&norma=particulares&clave=03_AZC consultada en abril de 2016.

⁵⁶ Ibid.

cambios de uso de suelo sin la necesidad de pasarlo por la asamblea de representantes local, únicamente debe existir un perito que avale el cambio. Esto es importante señalarlo debido a que se da durante el gobierno de Marcelo Ebrard Casaubón, que antes del 2010 tuvo que cancelar proyectos urbanos importantes debido a la oposición al cambio de uso de suelo por parte de la oposición partidista en dicha asamblea y a la de sectores sociales pertenecientes a las clases medias altas y altas, que además rechazaron los proyectos por considerar que alteraban sus medios de vida y contravenían con la imagen urbana.

Otra de las libertades que tiene el gobierno capitalino se da en el tercer nivel de zonificación, ya que cuando se trata de normas particulares, el gobierno puede otorgar cualquier uso de suelo que signifique, en apariencia, mejora a la movilidad o el desarrollo urbano de la zona. Con esto el uso de suelo o actividad permitida puede estar en todo momento de las normas legales debido a que en muchos casos la normatividad se ajusta a las necesidades de los urbanistas o del gobierno y no las urbanizadoras se ajustan a las reglamentaciones.

Esta situación tiene varias causas, por ejemplo:

1. Existen entonces lagunas legales que son aprovechadas por las urbanizadoras que trabajan en conjunto con el gobierno capitalino para obtener mayor plusvalía.
2. Las reglamentaciones están constituidas para favorecer a las grandes urbanizadoras.
3. Mientras que el gobierno sostiene una retórica en la que se genera inversión que a su vez ayuda a crear nuevos empleos
4. También que intenta mejorar la imagen gubernamental con la sociedad al realizar acciones evidentes como las urbanas en las que se presta una mayor seguridad y vigilancia además de que uniforma la urbe con nuevas construcciones

El discurso de ambos sectores es que se trabaja para recuperar el espacio público y realizar inversión en lugares de la ciudad donde se requiere reconversión urbana, ya que hay muchos lotes que han sido abandonados o ya ni tienen un uso

significativo para la integración social pues han dejado de brindar el servicio que tenían, como es el caso de los antiguos cascos industriales, o el mismo otrora Parque Deportivo del Seguro Social.

Una ciudad neoliberal es un espacio fragmentado donde todos los elementos entran en disputa, por ejemplo los inversionistas urbanos que buscan obtener un mejor lugar para construir que les asegure la obtención de plusvalías, o también generar alianzas más fuertes y duraderas con diferentes agentes como lo es el sector bancario que dota de capital a las distintas empresas urbanas, los bancos a su vez buscan también encontrar el mejor proyecto que capitalizar para crecer sobre sus oponentes, mientras que los distintos gobiernos e incluso Estados, compiten para atraer una mayor inversión a sus territorios. Las disputas entre el sector poseedor de capital se manifestarán siempre en la conformación, reconfiguración o producción de un espacio.

Estas disputas son ganadas por quienes ostentan mayor poder, que son el sector inversor, bancos y empresas inmobiliarias, además del político, por lo tanto, la ciudad sucumbe ante los intereses particulares que presentan una propuesta de ciudad que se acerca más a la saturación de proyectos similares y generación de conflictos sociales que a la solución de estos y propiciar una mejor forma de vivir de la sociedad. Los discursos empresariales y gubernamentales sostienen que se busca generar una integración social y aprovechamiento de los espacios vacíos para generar una mayor derrama económica de la ciudad, sin embargo la planeación actual está destinada a la fragmentación y sobreexplotación de suelo y recursos básicos como el agua cuya desperdicio o mal uso es también constante en pro de brindar una mejor imagen dentro de ciertos espacios privados disfrazados de públicos como lo es el centro comercial Plaza Oasis que cuenta con un lago artificial de 3500 metros cuadrados.

La ciudad neoliberal se presenta aún más compleja ante la aparición en escena de un nuevo elemento, como lo son las compras en línea o al menos por teléfono que en países europeos o norteamericanos se están convirtiendo en la primera forma de realizar compras, ante este nuevo panorama es que las empresas urbanizadoras

que participan en México han tenido que diversificar su oferta por lo que ahora ya no es solamente el edificio de departamentos o el centro comercial que han sido construidos con el objetivo de brindar mayor “seguridad” y aislamiento de sectores sociales distintos, ahora la mayoría de los proyectos son de usos mixtos donde se mezcla el centro comercial, con el financiero y espacio habitacional. O al menos que las nuevas urbanizaciones presenten siempre algo diferente y atractivo, como lo es dos tiendas anclas distintas en Delta.

Este cambio de esquema en cuanto a compras por internet o teléfono ha beneficiado en parte la construcción de centros comerciales en México, ya que en países como Canadá y Estados Unidos de América la construcción de estos tipos de espacios comerciales ha disminuido o incluso se ha detenido, por lo que inversores acuden a países como México para realizar construcciones o al menos alianzas bursátiles con inmobiliarias de este país, esto contribuye con la llegada de nuevas tiendas que genera la diversificación de oferta, esto a su vez contribuye que los centros comerciales continúen con una oferta novedades para el consumo y que esto continúe atrayendo a posibles compradores.

Al aumentar el consumo también crece la demanda de suelo en forma de expansiones de los predios donde se localizan los centros comerciales o en general los nuevos proyectos urbanos. De tal manera que en la ciudad neoliberal las grandes inmobiliarias resultan beneficiados por que tienen argumentos sólidos, como el que existe un gran mercado, para adquirir mayor extensión territorial ara generar nuevas construcciones que a su vez propiciarán transformaciones en las que presenta el espacio público o habitable se convierte en comercial.

Todo terreno, según lo establece la Ley de Desarrollo Urbano, debe tener un porcentaje de área libre y una extensión territorial específica donde se pueda construir. Varios predios que tienen un porcentaje mayor de área libre al establecido en los programas de Desarrollo Urbano pueden vender a cualquier comprador el espacio vacío en el que aún se tiene la potencialidad de construir. Esto se le denomina Sistema de Transferencia de Potencialidades, que es un mecanismo es completamente opaco, sin regulaciones ni normativas que le limiten más allá del

uso del suelo. Es un sistema que utilizan las grandes empresas desarrolladoras para especular sobre el terreno y obtener mayor ganancia al realizar una inversión menor.

Es común que un predio sea dividido en dos o más partes, aunque el comprador sea el mismo, posteriormente los dos predios pueden ser vendidos mediante el mecanismo de transferencia de potencialidad con lo que se realiza una especulación inmobiliaria, ya que la compra se debe realizar mediante un financiamiento que se hará cargo de construir en las potencialidades del predio que ha sido adquirido. Es también común que sea el gobierno quien venda potencialidades de predios que han sido catalogados como patrimonio con lo que no se pueden modificar hacia el interior, aunque hacia el exterior sí debido a que no se realiza una venta como tal del terreno, sino que se paga por la posibilidad de construir.

En general varias empresas inmobiliarias han realizado este tipo de inversiones. Danhos ha ejecutado esto en al menos dos predios en los que hoy que existen dos de sus centros comerciales, uno es en Parque Alameda y en el desarrollo de Reforma 222.

3.2 CETRAM El Rosario: de la hacienda a centro comercial.

En el terreno de lo que hoy es el Centro de Transferencia Modal El Rosario, también se pueden apreciar las distintas etapas económicas que ha tenido el país en general y la ciudad en particular. Es también una evidencia de lo que fue la principal actividad económica en la zona norte de lo que Distrito Federal. Hasta entrado el Siglo XX, toda esa zona fue una hacienda con producción agrícola y ganadera, además de que vivió las reformas posteriores a la Revolución Mexicana por lo que los terrenos se fragmentaron y repartieron con la Reforma Agraria. Posteriormente, toda la delegación al igual que la zona noroeste de la zona metropolitana, fue clave la industrialización del país y, en conjunto con los municipios vecinos de Naucalpan y Tlalnepantla, adquirió una identidad obrera, y ahora es parte de un plan gubernamental y empresarial que ha elevado la plusvalía del suelo.

Durante el Siglo XIX y, en general, hasta el inicio de la industrialización, Azcapotzalco tenía una dinámica social y política completamente rural, con una cabecera municipal y un centro administrativo y económico (Connolly, 1982: 156). Durante el porfiriato se construyeron algunos centros urbanos en la delegación, aunque estos eran los puntos más cercanos al centro de la ciudad o a barrios más céntricos y es durante esta época que se construyen las primeras vialidades en la demarcación. Hasta ese momento Azcapotzalco era un punto turístico para la población de la ciudad de México debido a sus regiones naturales. En 1899 se le otorga la categoría de prefectura, con lo que asume el nombre de Azcapotzalco de Porfirio Díaz, nombre que llevó hasta 1914 ya en tiempo de la Revolución Mexicana⁵⁷. Entre la urbanización que generó Porfirio Díaz y el inicio de la industrialización, se dio un proceso desordenado de poblamiento, especialmente hacia la zona de Tacubaya, con esto la naciente urbanización comenzaba a quitarle terreno a las actividades primarias, aunque estas conservaron gran parte del territorio con o quedaron conformadas “grandes islas” que después fueron aprovechadas para la especulación inmobiliaria, para la industria o para otros urbanismos como las terminales de transporte público, entre ellos, el metro (Connolly, 1982: 158).

Los primeros asentamientos urbanos fueron entre las décadas de 1930 y 1950, época en la que se cuadruplica el número de trabajadores en el sector industrial en la ciudad de México (Connolly, 1982: 155). En este periodo, específicamente en 1933, es que se construye la refinería en la delegación Azcapotzalco, elemento que le dio distinción a la delegación durante varias décadas. Ante la creciente oferta de trabajo, el norte de la ciudad se convirtió en atractor de población inmigrante durante las siguientes décadas. En la urbanización, y la industrialización de la zona, tuvo una importancia fundamental la construcción del transporte, principalmente el ferrocarril que fue inaugurado a finales del Siglo XIX, para cuya construcción (al igual que para la actividad industrial) se aprovecharon las características orográficas

⁵⁷ Azcapotzalco. *Azcapotzalco de Porfirio Díaz*. En: Azcapotzalco.Blogspot.
<http://atzcapotzalco.blogspot.com/2009/08/atzcapotzalco-de-porfirio-diaz.html> Consultada en julio de 2019.

que ahí se tienen, ya que en su mayoría son zonas planas. También por esa época es que se construyó una vía de tranvía que conectaba Azcapotzalco con los municipios de Tlalnepantla, con Tacubaya y con la estación principal del ferrocarril en Buenavista (Connolly, 1982: 155).

Lo que hoy es la alcaldía Azcapotzalco fue hasta entrado el Siglo XX un territorio dominado por las haciendas, principalmente tres que fueron: Careaga-Rosario (la más grande), Ahuehuetes y San Antonio, que en conjunto tenían 1014 hectáreas, además de varias propiedades menores como ranchos (Connolly, 1982: 160). Durante la Revolución, y posterior a ella, Azcapotzalco tuvo una división que modificó la propiedad de la tierra y el entorno urbano. Una pequeña porción de alrededor de 400 hectáreas del territorio se convirtió en propiedad ejidal, mientras que el resto fue subdividido por los antiguos dueños de la tierra para evitar la pérdida de ella y alrededor del 40 % que el resto se fraccionó en pequeñas propiedades, esto provocó la conformación paulatina de una nueva organización social, por ejemplo, el crecimiento urbano fue completamente desordenado, en el que se dejaban grandes porciones de tierra sin uso aparente o aún destinadas a la actividad agrícola que al pasar del tiempo fue sucumbiendo, esto permitió que existiera una gran cantidad de tierra que posteriormente se aprovechó para la actividad industrial (Connolly, 1982: 160, 161).

Lo que hoy es el paradero El Rosario, y el centro comercial del mismo nombre, se edifican en lo que fue la hacienda más grande que existió en esa zona, cuyos dueños eran principalmente productores de leche. La cual se dividió después de la Revolución, ya que los agraristas revolucionarios lograron la fragmentación de la hacienda en el sexenio de Lázaro Cárdenas (1934-1940) y con ello la generación de ejidos, con lo que los anteriores dueños terminaron con una porción relativamente pequeña de lo que fue su propiedad, mientras que la tierra en manos de los agraristas se transformó lentamente, esto provocó que se formaran islotes urbanos. Aunque el proceso mediante el cual los nuevos terrenos ejidales cedieron ante la urbanización tiene diferentes elementos, al menos en lo que fue la hacienda

El Rosario, varios se vendieron y una gran cantidad de tierra fue expropiada por el Estado Mexicano en distintas etapas (Connolly, 1982: 168-170).

Es hasta la segunda del Siglo XX que la mayor parte de extensión de la ex hacienda continuó con actividades primaria, principalmente la producción lechera, aunque la organización de esta también se transformó, ya que después de la división hacendaria se volvió cooperativa. En otra parte de esta antigua hacienda se edificó una de las primeras industrias dentro de la demarcación, que fue la Compañía Fundidora de Hierro y Acero de México (Connolly, 1982: 161). El que, al menos, en una gran parte de en la antigua hacienda siguiera existiendo la actividad agrícola y ganadera permitió que el terreno se conservara sin urbanizar hasta la segunda mitad del Siglo XX, cuando se aprovecharon esas tierras por parte de la especulación inmobiliaria, la actividad industrial y la necesidad de equipar a la creciente urbanización.

De manera paulatina los predios “vacíos” o dedicados a la actividad primaria, se urbanizaron mediante invasiones, ventas legales o ilegales y construcciones de los propios dueños, en ese momento también inicia la renta de viviendas a los trabajadores, con esto se generó, ya a mediados del Siglo XX, dos formas de urbanización: al sur de la delegación, con las viviendas o fraccionamientos más antiguos, y al norte, con la nueva población obrera, lo que de nuevo dejó un vacío que después fue aprovechado por los agentes inmobiliarios (Connolly, 1982: 162, 163). Este proceso de urbanización no fue completamente imaginado o ideado para la especulación inmobiliaria, sino que actividades, como la que se realizaba en El Rosario, de producción lechera, era altamente fructífera en aquel momento, por lo que la zona no necesitaba cambiar de usos de suelo (Connolly, 1982: 180).

Para que Azcapotzalco se convirtiera en una zona industrial de importancia, sucedió la construcción de tres elementos fundamentales, que fueron la mencionada refinería, la central de carga ferroviaria y la zona industrial Vallejo – Azcapotzalco (Connolly, 1982: 170, 171). Esto fue en parte el detonante del inicio de la industrialización en esa demarcación. Las nuevas ofertas de trabajo contribuyeron a que Azcapotzalco se convirtiera en receptor de migrantes desde dentro y fuera

del Distrito Federal, lo que a su vez propició una presión por conseguir uso de suelo urbano para destinarlo, principalmente a la vivienda la que, en gran parte, fue conseguida gracias a distintas fuerzas obreras como los sindicatos de petroleros o de la paraestatal extinta Luz y Fuerza del Centro. Algunos otros fraccionamientos los construía o pagaba el Estado para beneficio de sus trabajadores, en especial, para aquellos que tenían algún tipo de afiliación al Partido Revolucionario Institucional (Connolly, 1982: 173).

De las principales unidades habitacionales que se construyeron, es El Rosario, una edificación de interés social que fue un proyecto estatal mediante el INFONAVIT, el cual edificó lo que es una de las unidades más grandes de la ciudad, aunque las viviendas son pequeñas y de mala calidad (Esquivel, 2008: 20, 21). El proyecto inició en 1973 y se realizó en varias etapas, hasta que alcanzó 15970 viviendas (Esquivel, 2008: 21). En un inicio la unidad fue ocupada en su mayoría por trabajadores de la industria, aunque con el pasar de los años eso se modificó. Es esta unidad habitacional por la que la terminal del metro, el paradero y el centro comercial, tomó el nombre de El Rosario.

Como se ha mencionado, la construcción de las unidades habitacionales corresponde a la creciente demanda de vivienda que fue provocada, en parte, por la creciente industrialización que se dio en la delegación Azcapotzalco, principalmente desde la década de 1940, en el tiempo de la Segunda Guerra Mundial, cuando la producción industrial adquirió aún mayor importancia en el mundo. El complejo industrial Vallejo se volvió entonces en uno de los más importantes, principalmente en manufactura, en el país, y precisamente la unidad habitacional El Rosario permitió alojar a un gran número de trabajadores y así aumentar la producción (Hernández y Cantú, 2014: 86, 87).

Fue hasta 1983 que el terreno que hoy ocupa el paradero se convirtió en estación del Metro con la terminal de la línea 6, mientras que en 1986 se inauguró la terminal de la otra línea que llega a la misma zona, que es la 7. Ambas líneas correspondieron a la tercera etapa de construcción del metro y fue financiada por el gobierno federal (Blancas, Hernández y Arellano, 2018: 94). Además, tiene uno de

los talleres más grandes de todo el sistema, y es ahí donde llegan todas las unidades nuevas. De manera paulatina, el paradero creció al volverse en terminal de varias rutas de autobuses que viajan hacia los municipios mexiquenses como Naucalpan, Tlalnepantla, Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, entre otros, hoy en día, también es terminal de trolebús y de la línea 6 del Metrobús. Principalmente la llegada del Metro a la zona, fue parte del equipamiento urbano que se ofrecía a la población obrera residente en Azcapotzalco (Hernández y Cantú, 2014: 86, 87).

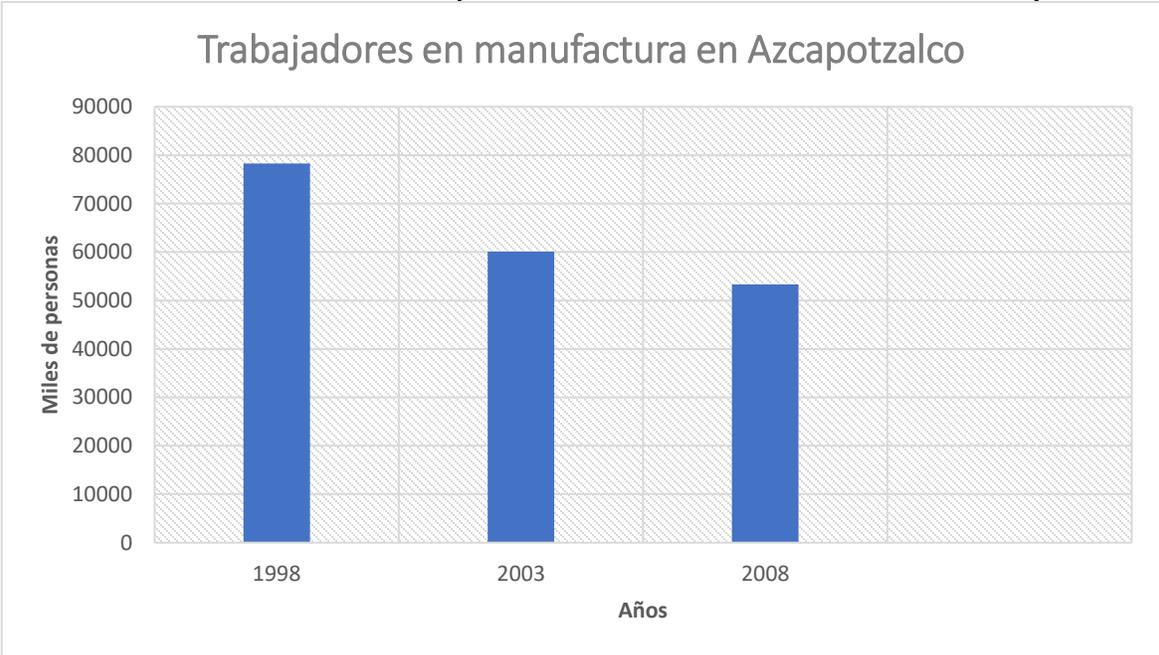
Dentro de las principales industrias que existieron en Azcapotzalco fueron la manufacturera, que representó hasta el 50%, en 1993, de la producción total de la zona y osciló entre el 17 y el 22% del total de la producción en toda ZMCM en el periodo entre 1993 y 2008; así como la industria alimenticia, que en 1993 produjo el 49.4 del total de toda la ZMCM (Rendón y Godínez, 2016: 130, 131). La manufactura y la alimenticia, son dos de las principales industrias que aún se localizan en la delegación y aún tiene importancia en su desarrollo económico. Otros sectores industriales que también estaban presentes en esta demarcación eran los productos tecnológicos y químicos que rondan entre el 10 y 15 % de la producción total de la ZMCM (Rendón y Godínez, 2016: 130, 131).

Si bien en la delegación Azcapotzalco se tenían grandes sectores industriales, la producción era muy diversa, ya que también existía un gran número de personas que pertenecían a la pequeña industria o trabajador independiente, este tipo de trabajadores llegó a representar el 35 % del total de trabajadores de la industria en la demarcación (Connolly, 1982: 154). Aunque las condiciones de trabajo en la industria en la delegación eran, por lo general, precarias, con altas horas de trabajo y sin estabilidad laboral, y la mayoría de los obreros tenían su residencia dentro de los límites de la misma localidad de Azcapotzalco (Connolly, 1982: 154, 155).

A pesar de las expectativas, el país entró en una crisis económica severa desde la década de 1980, con esto se modificó la fase del capitalismo y se adoptó el neoliberalismo, esto influyó en que buscó satisfacer ya no el mercado interno sino el externo. En Azcapotzalco, en 1991, cerró la refinería 18 de marzo con el argumento de que generaba demasiada contaminación para la población

circundante, aunado a que con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entraron a México diversos productos extranjeros, con lo que gran parte de la industria nacional comenzó a decaer, en principio, la pequeña y mediana, mientras que otra parte de la industria migró hacia el norte, en especial a la frontera con los Estados Unidos (Hernández y Cantú, 2014: 86, 87, 88).

Gráfica 7. La disminución de trabajadores en manufactura en las décadas de 1990 y 2000.



Fuente: Hernández y Cantú, 2014: 90 (gráfica 1)

Esto provocó un proceso de desindustrialización en la capital mexicana, principalmente en Azcapotzalco y otras delegaciones y municipios al norte de la ZMCM, donde las consecuencias fueron de mayor gravedad, la pérdida de empleo para una gran cantidad de población obrera de Azcapotzalco (gráfica 7), que tuvo que migrar a otra zona de la ciudad, a otro estado o a los Estados Unidos, estos procesos han ocasionado que la población disminuya en la delegación (gráfica 8), para lo que se implementaron distintas políticas como el Bando 2, en el que se buscó repoblar las delegaciones periféricas, como Azcapotzalco, aunque esto acarreó como consecuencia una disminución en la calidad de vida ya que provocó el encarecimiento del suelo, la escasez de agua, generación de contaminantes y saturación vial (Hernández y Cantú, 2014: 91). La desindustrialización también provocó la disminución en la producción industrial mexicana y el desmantelamiento

físico de los cascos industriales, aunque a estos se les fue integrando a otra actividad debido localización y al equipamiento que contaba ya la zona como el transporte y las vialidades (Hernández y Cantú, 2014: 89).

Gráfica 8. Población en Azcapotzalco



Fuente: Hernández y Cantú, 2014: 91 (gráfica 2)

Otro camino que tomó la población que quedó desempleada con la desindustrialización o la que llegó a habitar ahí con las políticas posteriores al año 2000, en búsqueda de oportunidades laborales, optó por el comercio formal o informal (Hernández y Cantú, 2014: 89). Aunque también llegaron grandes empresas inmobiliarias en búsqueda de aprovechar las antiguas zonas industriales abandonadas para iniciar nuevos proyectos urbanos, por ejemplo, se edificaron en Azcapotzalco, los centros comerciales Parque Vía Vallejo, de la empresa Danhos, que fue inaugurado en el año 2006; Town Center El Rosario, de Grupo GDI, que fue abierta en 2012; y Plaza Pabellón Azcapotzalco, que inició operaciones en 2015, y fue desarrollada por Grupo Xtra; además del CETRAM El Rosario.

Con esto se hizo evidente un cambio en la actividad económica que pasó del sector industrial al comercial. Aunque aún existen resquicios de las actividades antiguas, por ejemplo, aún se localizan productoras lecheras y ganaderías porcinas, cuyos

dueños han resistido el avance urbano y la presión de políticos y vecinos que se quejan del mal olor que se tiene en las zonas cercanas, por lo que la actividad se realiza bajo techo aunque eso no impide que continúen las quejas y la presión inmobiliaria⁵⁸ que en la zona que continúa en crecimiento ante la posibilidad de adquirir terrenos relativamente baratos y obtener mayores ganancias.

La desindustrialización ha sido terreno fértil para otros proyectos urbanos, como lo es la habilitación de la antigua refinería en un parque público idea que surgió desde 2007, cuando Pemex donó el terreno a la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), así, el ahora parque Bicentenario, se convirtió en una de las principales atracciones de la delegación. Además, distintas urbanizadoras, además de las mencionadas, han colaborado en la transformación de la delegación, con lo cual hoy es una de las delegaciones o alcaldías que más ha crecido en cuestión económica en los últimos años. Para esto, se ha impulsado la actividad turística y se reinvierte el parque industrial de Vallejo, aunque por ahora esto no ha tenido el éxito esperado ya que, al menos en la primera mitad del 2019, Azcapotzalco es de las delegaciones que menos visitantes recibe, además, se plantea la idea de generar un fideicomiso para infraestructura en la delegación, con empresas como Femsa, Sears, Bimbo, entre otras⁵⁹.

Esto debido a que la delegación, y en especial la unidad habitacional El Rosario, es de las zonas con mayores índices delictivos de la ciudad, es también una zona donde existe problemática de satisfacción de recursos como el agua, esto debido a que la presión demográfica provocó que los pozos de agua poco a poco se vaciaran, por lo que el líquido se extrae desde profundidades de más de 400 metros, lo que ocasiona que este sea con tonalidades oscuras⁶⁰, mientras que el tráfico vehicular,

⁵⁸ González, Rocío. 2007. *Fábricas porcinas en Azcapotzalco*. En: La Jornada, Capital. 31 de diciembre de 2007. <https://www.jornada.com.mx/2007/12/31/index.php?section=capital&article=036n1cap> Consultada en junio de 2018.

⁵⁹ Ayala, Camila. 2019. *Industria y Turismo, ejes del desarrollo en Azcapotzalco*. En El Economista. 8 de agosto de 2019. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Industria-y-turismo-ejes-de-desarrollo-en-Azcapotzalco-20190808-0002.html> Consultada agosto 2019.

⁶⁰ López, Jonás. 2019. *Tendrán agua cristalina 27 mil vecinos de la Unidad El Rosario*. En El Excelsior. 13 de agosto 2019. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/tendran-agua-cristalina-27-mil-vecinos-de-la-unidad-el-rosario/1330213> Consultada en agosto 2019.

y la carencia de estacionamientos, también se ha convertido en un grave problema en los últimos años, principalmente con las medidas tomadas para la revitalización económica de la zona después de la desindustrialización.

Ante este panorama de modificaciones urbanas y de distintas problemáticas existentes en el noroeste de la ZMCM; es que a nivel delegacional (hoy alcaldía), gubernamental, y federal, se han buscado alternativas para su solución, una de ellas, ha sido la “mejora” de uno de los paraderos más transitados de la ciudad como lo es el de El Rosario, para así lograr una mejor imagen urbana así como dar alternativas a las vialidades con una mejor estructura de transporte, además, de que se da la opción de generar cajones de estacionamientos. Con este marco, es que se abre la posibilidad para que uno de los grupos económicos más fuertes del país invierta en este antiguo paradero, este es Grupo Carso de Carlos Slim.

3.3 Carlos Slim: el hombre más rico del mundo en Azcapotzalco.

Carlos Slim, es el principal accionista de grupo Carso. Se ha convertido en uno de los hombres más ricos del mundo, principalmente, después del año 2004, cuando la revista Forbes lo colocó primero en el lugar 17 de los multimillonarios a nivel mundial, posteriormente, lo ha puesto al nivel de Bill Gates, dueño de Microsoft, en la segunda mitad de la década del 2000, mientras que en México, al 2011, Slim acumuló 11 años seguidos como el más rico del país y una de las personas más influyentes e importantes en el sector económico, pues sus empresas representaban, en ese año, el 6.3 % del Producto Interno Bruto Nacional (Relea, 2011: 16, 17).

El padre de Carlos Slim, Julián Slim Haddad, de origen libanés, junto con dos de sus hermanos, llega a México en 1902 al huir de la represión otomana, y en mayo de 1911 José y Julián Slim forman la sociedad La Estrella de Oriente, una mercería y juguetería en el centro de la ciudad, posteriormente, Julián adquiere el control total de la empresa, esto le permitió tener mayor presencia comercial en el país, generar ganancias y convertirse en una persona importante de la comunidad libanesa, además de que después formó la Cámara Libanesa de Comercio y el Centro Libanés (Relea, 2011: 19). Julián Slim se casó con Linda Helú, hija de otro

comerciante libanés, con quien procreó a 6 hijos, entre ellos Carlos quien fue el quinto de los hermanos (Relea, 2011: 19, 20).

Carlos, según él mismo, aprendió a realizar negocios desde el ámbito familiar, ya que su padre le inculcó el hábito del ahorro y de la inversión con el objetivo de que fuera capaz de administrar sus ingresos, y fue con esas características que inició su carrera de ingeniería Civil en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). (Relea, 2011: 22). Al terminar su carrera, Carlos inició a trabajar como corredor de bolsa, sus ingresos le permitieron adquirir su primera empresa que fue la embotelladora Jarrito del sur (Relea, 2011: 22).

El trabajo que Carlos realizó en la Bolsa de Valores le permitió adquirir la experiencia necesaria que después utilizaría en la compraventa de acciones o de empresas, pues Slim es reconocido por su habilidad de comprar a muy bajo costo cualquier tipo de empresas, incluso ya en quiebra, revalorizarlas y venderlas (Relea, 2011:25). Slim también adquiere la habilidad de obtener beneficio de la etapa económica que vivía el país para implementar el mismo modelo de negocio de adquirir firmas con problemas financieros y posteriormente venderlas. Entre otras, 1976 adquiere la empresa de papel Galas de México, “en los años ochenta, sacó partido de la crisis económica de la deuda mexicana y del petróleo y adquirió un ramillete de compañías que, una vez saneadas fueron vendidas o incorporadas al *holding* de Slim, que fundó con el nombre de Grupo Carso” (Relea, 2011: 24).

Las relaciones familiares le permitieron a su padre y a él extender sus negocios y recursos económicos. Carlos se casa en 1967 con Soumaya Domit Gemayel, en una boda realizada por el Padre Marcial Maciel (líder lo de los Legionarios de Cristo, a la cual Carlos Slim pertenece), ella fue hija de importantes empresarios libaneses en México del calzado y con relaciones políticas estrechas con partidos de derecha en El Líbano (Relea, 2011: 22, 23). El matrimonio procreó seis hijos, a los que Carlos les ha permitido estar dentro de sus negocios debido a que, para él, el ámbito familiar ha sido siempre importante para ampliar sus actividades económicas y para lograr el control de sus negocios, ya que todos sus descendientes están dentro de sus empresa, por ejemplo, u hijo Patricio ocupa la presidencia de América Telecom

y América Móvil, dos de las principales empresas ocupadas por grupo Carso, mientras que su otro vástago, Marco Antonio, fue nombrado presidente del Grupo Financiero Inbursa, además de que el esposo de su hija Johana, es presidente de fundación Telmex, mientras que Daniel Aj, que está casado con Vanessa Slim es presidente de América Móvil (Relea, 2011: 24-25).

Para Slim, la década de 1980 fue significativa y le permitió el crecimiento de su grupo mientras el país iniciaba una época de turbulencias económicas, con fuertes crisis, así como el inicio de la etapa neoliberal. Hacia finales de esa misma década, adquiere la Empresa Euzkadi y posteriormente la mayoría de General Tire que era una de las empresas más importantes del rubro, aunque esta finalmente fue vendida a inversores alemanes (Relea, 2011: 25). Pero es sin duda la década de 1990 la que le permite a Slim convertirse en el hombre más importante en cuestión económica en México. Ya que aprovecha el encono de la situación administrativa del país para adquirir empresas paraestatales, en especial Telmex, es entonces que si bien Carlos Slim tenía un auge empresarial, es la época neoliberal la que lo catapulta a lo más alto del ranquin de los multimillonarios que en ese momento, en México, era encabezado por Emilio Azcárraga Milmo, accionista mayoritario del Grupo Televisa, aunque en 1991, Slim ya aparecía cerca de Azcárraga en la lista de multimillonarios (Ramírez, 2017, 6).

Mientras la gran parte de empresarios sacaba sus capitales del país, Slim no solo lo mantenía, sino que generaba más inversión, en medio de este escenario, llega Carlos Salinas de Gortari a la Presidencia de la República, y con él, todas las características neoliberales como el adelgazamiento del Estado y privatizaciones. Salinas en 1989 puso a la venta el 56% de las acciones la Compañía Teléfonos de México (TELMEX) que tenía el Estado, en conjunto con una reducción impositiva a la empresa con el argumento de buscar una capitalización para mejorar la infraestructura y calidad del servicio, las que también incluían la reducción impositiva y la garantía del control del mercado hasta 1996, con lo que Telmex se convertía en el monopolio de la comunicación en México (Relea, 2011: 26, 27, 28).

La puesta en venta de la empresa buscaba que no se generara monopolios económicos, por lo que se impidió que personas como Emilio Azcárraga Milmo pudiera participar en el proceso de subasta mediante el cual Slim adquiere Telmex, esto le quitó al ingeniero la principal competencia que podía tener dentro de México, aunque no fue la única, Aunque después de 1997, el mercado se abrió para cualquier tipo de competencia. Pero la adquisición de Telmex también le dio a Slim a su principal adversario comercial que fue Roberto Hernández, que buscaba con ahínco hacerse de la empresa telefónica, sin embargo, la relación con el sector político fue lo que le brindó a Slim la mayor posibilidad de adquirir las acciones de la paraestatal, mientras que Hernández se convirtió en socio de Banamex (Relea, 2011: 27).

Slim también participó en el consejo de Televisa en la etapa en la que Telmex crecía en valor. Después de la muerte del que fue el hombre más importante de este grupo, Emilio Azcárraga Milmo, Televisa enfrentó diversos problemas económicos y comerciales, por lo que se abrió a distintos tipos de ayudas mediante la venta de acciones. Emilio Azcárraga Jean asumió la presidencia de la empresa en búsqueda de asociaciones, por lo que encuentra, entre otros, a Carlos Slim a un hombre importante para el desarrollo de la empresa, es así que Slim, en 1999, compró el 25 % de las acciones de Grupo Televisa que le pertenecían a la familia Alemán, aunque en beneficio de Azcárraga, le cedió a este el poder de voto para que así pudiera controlar el 79% de las acciones y el dominio total de la empresa. (Villamil, 2011: 64).

El apoyo de Slim a Azcárraga fue fundamental al inicio de la década del año 2000 para que Televisa se recuperara y retomara parte de su valor comercial, sin embargo, la relación poco a poco fue en deterioro lo que provocó que las acciones de Slim bajaran notablemente. Carlos Slim controló, años después, solo el 5 % de las acciones totales, lo que le quitó también poder en las decisiones de la empresa, por lo que es desplazado de Televisa (Villamil, 2011: 64). La pérdida de importancia de Slim en Televisa también fue producto de la llegada a la empresa de Roberto Hernández (con quien había competido por Telmex), ex dueño de Banamex y en

ese momento competidor de Slim con la compañía telefónica Avantel (Villamil, 2011: 65, 66). Las relaciones de Hernández personales y comerciales, le ofrecieron a Azcárraga y Televisa, beneficios con los gobiernos panistas de inicio de la década, ya que, por ejemplo, Francisco Gil Díaz, cercano a Hernández, trabajaba en la Secretaría de Hacienda en el gobierno de Vicente Fox, por lo que Hernández adquirió mayor número de acciones, además que al consejo de Televisa también ingresó el ingeniero Alfredo Harp Helú, socio de Hernández principalmente en Banamex, con lo que Slim quedó por completo en segundo plano en 2007 cuando queda con aproximadamente el 1% de las acciones del grupo televisivo y además de que ya no participa en el consejo de administración (Villamil, 2011: 68, 69, 89).

Los conflictos entre Slim y Azcárraga fueron más allá del Grupo Televisa. Crecieron a nivel empresarial cuando el ingeniero invirtió en el fútbol profesional de México en 2012, cuando adquirió aproximadamente el 35% de las acciones de Grupo Pachuca, que incluye a los equipos Pachuca Y León. Sin embargo, es el fútbol profesional uno de los principales negocios de Grupo Televisa y en general de las empresas televisivas, por lo que no vieron bien la llegada del magnate al sector deportivo. Es por ello, que prohibieron la publicidad de las marcas de Slim en sus estadios o en sus transmisiones, incluso la publicidad del Grupo Carso en los estadios de Pachuca o León era censurada durante las transmisiones como local en Televisión Azteca. Sin embargo, esos elementos no fueron suficientes para que Slim saliera del balompié, por el contrario, buscó tener mayor presencia y poder de decisión en la Federación Mexicana de Fútbol, por lo que pretendió comprar la totalidad o mayor número de acciones de Grupo Pachuca, sin embargo, este se negó a venderlo por lo que Slim concluyó la sociedad en 2017⁶¹. En apariencia, el control que tiene Televisa y Televisión Azteca sobre el fútbol mexicano es un impedimento para que Slim tenga la posibilidad real de ingresar a este sector económico, aunque se le ha vinculado varias ocasiones con distintos equipos. Donde Carlos Slim sí se ha

⁶¹ Corona, Lilitana. 2017. *¿Es este el adiós de Slim en el Fútbol?* En *Expansión*, 7 de septiembre de 2017. <https://expansion.mx/empresas/2017/09/07/es-este-el-adios-de-slim-al-futbol> Consultada en agosto de 2019,

mantenido, es el en Real Oviedo de la liga profesional española, del cual mantiene 30% de sus acciones.

Para Carlos Slim es fundamental diversificar siempre sus inversiones, busca la manera de generar mayores relaciones que, a su vez, le permitan más rubros para aumentar sus ganancias, y tiene como una de sus principales características tener “estructuras simples, organización con mínimos niveles jerárquicos [...] flexibilidad y rapidez [...] operar con las ventajas de la empresa pequeña que son las que hacen a las grandes empresas” (Relea, 2011: 28). Es por eso que busca siempre generar negocios que pudieran verse como menores si se considera su capacidad económica pero que le permite ingresar a distintos sectores económicos, es así como se interesa a la construcción de elementos urbanos como el CETRAM El Rosario.

A Slim y Telmex, se les ha acusado de generar prácticas monopólicas, sin embargo, él se ha declarado en contra de este tipo de acciones, sino que, por el contrario, solo aprovecha las circunstancias existentes, como el que nadie quiera invertir en ciertos sectores de la economía, como en barrios peligrosos o con diferentes problemáticas o en lugares donde no exista un alto poder adquisitivo de la población (Relea, 2011: 32), ambos casos ejemplifican la inversión en El Rosario. Es decir, que Slim aprovecha que no exista ningún tipo de competencia para adentrarse en distintos mercados con distintas particularidades socioeconómicas, aunque, esto pudiera verse como un pretexto para actividades de monopolio pues “impide la competencia al elevar las barreras de entrada a cualquiera que quiera participar en el mercado” (Relea, 2011: 35)⁶². Bajo esta misma perspectiva, se menciona que Slim:

“todo lo mueve, todo lo controla, todo lo compra. El que está por encima de la autoridad del Gobierno y la vigilancia de los medios...el que no necesita mover los hilos de la política porque controla las arterias de la economía. El quinto

⁶² Denisse Dresser, que realizó trabajos de investigación sobre Carlos Slim, en entrevista con Relea para la elaboración de su trabajo de investigación.

poder, el verdadero innombrable. Pero no es Carlos Salinas, es Carlos Slim” (Relea, 2011: 35)⁶³.

A Carlos Slim también se le reconoce como un hombre filántropo, principalmente en los rubros de la educación, la salud y alimentación, justicia y cultura, lo que hace principalmente mediante tres funciones: Telmex, que se constituyó en el año 2000; Carso, que inició hace cerca de 30 años; y el Centro de Estudios de Historia de México Condumex, con estas tres estructuras, se brincan becas, equipos médicos, ayuda nutricional, fianzas a personas encarcelas sin posibilidad de acceder a la libertad, apoyo en desastres naturales, entre otros (Relea, 2011: 42).

Estas acciones le han valido al ingeniero civil un gran capital social y que gran parte de la población lo vea como un modelo a seguir, que colabora en la solución de problemas que, además, arriesga parte de su patrimonio para invertirlo en zonas que nadie más lo hace. Sin embargo, también se le ha cuestionado como por la columnista del *The Wall Street Journal*, quien señala que “Slim se hizo rico a base de aprovecharse de un entorno favorable en el que disfrutó de privilegios para los monopolios que le permitió acumular riqueza e influencia política” (En Relea, 2011: 43). Este es el marco bajo el que Slim por medio de Carso, invierte en el reordenamiento de los paraderos o CETRAMs que mayor número de visitantes tiene como lo son: El Rosario, Ciudad Azteca, Chapultepec, que son zonas donde existen diversos problemas sociales.

Slim ejemplifica el resultado de las políticas neoliberales, ya que desde 1990, “el número de multimillonarios se redujo a 15” en México, pero la fortuna de Slim “se multiplicó 2.6 veces” lo que representa “la concentración de riqueza de poder económico en México (Ramírez, 2017: 10). La fortuna de Slim representa la mayor aún comparada con otros grandes multimillonarios mexicanos, tanto así que del 2006 al 2009, su fortuna representó más del 60 % de los ingresos totales de los multimillonarios en México, y en la actualidad representa cerca del 50%, cabe

⁶³ Continuación de la entrevista con Denisse Dresser,

destacar que en 1992 representaba poco más del 12% del total (Ramírez, 2017: 10).

Slim tiene una cercanía evidente con distintos miembros del sector político, pero su relación con el actual Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador, es por el momento, de las que mayor significación tienen. Uno de los momentos principales de la relación entre el magnate y el político, fue cuando AMLO fue Jefe de Gobierno del Distrito Federal (2000-2005), ya que el ingeniero fue una pieza fundamental en el sector económico en la estructura de AMLO; incluso durante la campaña presidencial del 2006, AMLO mencionaba que en caso de ganar generaría las condiciones para la inversión en obra pública, tal como se hizo en el D.F., sin embargo, al perder la elección presidencial e iniciar una protesta, Slim criticó a AMLO por aquellas acciones, lo que provocó un distanciamiento entre ambos (Relea, 2011: 43).

Aunque las disputas han continuado, la relación mejoró después de que AMLO ganara la presidencia en 2018 a pesar de tener puntos distintos en proyectos o en el manejo de la economía en el país, o por ejemplo, en la búsqueda de AMLO de llevar internet gratuito a todo el país, algo que a Slim no le parece factible, sin embargo, o lo que fue la cancelación del Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México, que iba a construirse en Texcoco y en el cual Slim tenía gran parte de las acciones de la construcción, sin embargo, la distancia entre ambos ha disminuido, por lo que incluso Slim ha respaldado a AMLO públicamente en sus proyectos, principalmente los que vuelven a unir al gobierno actual con las empresas de Slim⁶⁴, como lo es la construcción de Gasoductos para la Comisión Federal de Electricidad, en el que participa *Carso Energy*, filial de Grupo Carso, junto con otras empresas⁶⁵.

⁶⁴ Nájjar, Alberto. 2019. *Carlos Slim y AMLO, la histórica reconciliación de los personajes más poderosos de la política y la economía de México*. En BBC, 28 de agosto <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-49492566> consultada en Agosto 2019.

⁶⁵ Benítez, Diana. 2019. *AMLO y Slim presumen acuerdo en contratos de gasoductos*. En Expansión, 27 de agosto de 2019. <https://expansion.mx/empresas/2019/08/27/amlo-y-carlos-slim-celebran-ahorro-de-4-500-mdd-en-gasoductos-para-cfe> Consultada en agosto 2019

3.4 Grupo Carso: el inversor en CETRAM

El Grupo Carso es el responsable de la urbanización del CETRAM El Rosario, Esta es junto con Danhos una de las empresas que también realizó una fuerte inversión en los programas de regeneración del Centro Histórico, además de que se les señala en diferentes sectores partidistas y empresariales de ser dos beneficiadas o al menos más allegadas al gobierno del Distrito Federal⁶⁶.

Como se mencionó, para que Grupo Carso (cuyo nombre está formado por la combinación de los nombres de y Carlos Soumaya) iniciara operaciones, Slim adquirió varias empresas, entre ellas destacan la Cigarrera La Tabacalera Mexicana (Cigatam), que Slim adquirió en 1981 y produce los cigarros Malboro, Delicados, Benson & Hedsens entre otras; también; Hoteles Colina; Reynolds Aluminio y Aluminio S.A.; y participa con porcentaje accionario en Seguros de México, la Hulera El Centenario, entre otras (Relea, 2011:24). Como Grupo Carso, adquiere en 1985 la mayor parte de la marca Sanborns con todas sus filiales, tiendas y centros comerciales, así como las Fábricas de Papel Loreto y Peña Pobre (Relea, 2011:25), las cuales, posteriormente, se convertirán en los centros comerciales característicos de Slim durante la década de 1990, como lo es Plaza Loreto y Plaza Inbursa o Cuicuilco. Después del año 2000, Grupo Carso construye más centros comerciales en el AMCM (8 construidos y 4 como administrador), todos con distintas características, en distintas zonas de la ciudad y para sectores socioeconómicos distintos (mapa 6).

Durante la década de 1980, en medio de la crisis económica del país, es que se fortalece el Grupo Financiero Inbursa, el cual inició en 1965 con la Constitución de Inversora Bursátil, S.A., posteriormente, en 1984, se forma una triple alianza entre Adquisición de Seguros de México (hoy Seguros Inbursa, S.A.), Guardiania y Compañía General de Finanzas (hoy Finanzas Guardiania Inbursa); ya en 1992 se constituye Creación Formal de Grupo Financiero Inbursa; en 199 el Banco y la Arrendadora Inbursa; en 1994 da inicio Afore Inbursa; posteriormente, ya después

⁶⁶ Cano, Davis. 2000. Zona estratégica para el CH, la Alameda. En El Universal. 10 de febrero 2000. <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/7254.html> Consultada en abril 2016.

de la década del año 2000, este grupo ha formado distintas alianzas con diversos grupos⁶⁷.

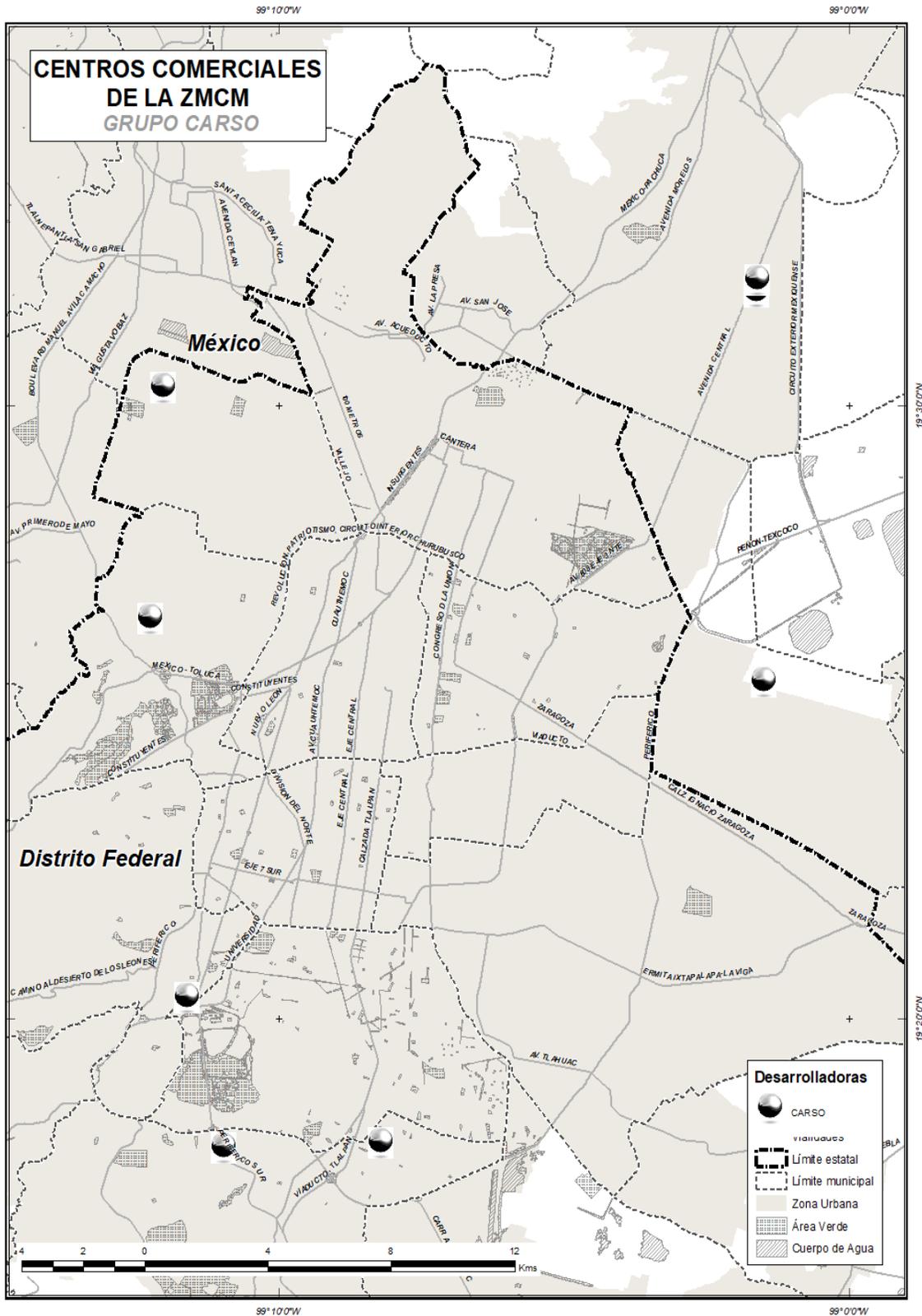
En general todo el Grupo Carso crece con alianzas nacionales e internacionales, esto le permite, entre otras cosas, adquirir la empresa paraestatal Telmex, en 1993, esta adquisición fue fundamental para que Grupo Carso lograra una posición de dominio en la economía nacional y con Estado Mexicano, de hecho, “el elemento determinante del proceso de privatización de Telmex fue la alianza entre el gobierno mexicano y Grupo Carso” (Del Valle, 2018: 5, 7). Para consolidar su posición de poder en el mercado, Carso invierte en otros grupos como Euzkadi y Condumex, además de que adquiere la totalidad de Continental Tire México, en esa misma década a través de Sanborns adquiere El Globo, se hace inversionista y tenedora de la operación del ferrocarril México-Veracruz-Coatzacoalcos entre otras acciones, este tipo de acciones continúa hasta la actualidad⁶⁸. Con la compra de Telmex, se demostró de nuevo que Carlos Slim se volvió experto en comprar a bajo precio para revalorizar y generar plusvalor, es así como adquiere o invierte en los elementos mencionados en el párrafo anterior, fue así como ingresó a distintos sectores de la economía como el urbano, el telefónico, incluso el petrolero, cigarrerías, hulerías, financieras, seguros, tiendas departamentales, entre otras, (Relea, 2011: 24-25).

Si bien Grupo Carso ya tenía una diversificación de inversiones, es dentro del marco neoliberal cuando la empresa crece e ingresa a otros sectores de la economía mexicana, pues abrirá negocios con la ampliación de sus marcas, así se adquirirá otras marcas de distintos sectores económicos, como lo es Condumex, que es una empresa de telecomunicaciones que se encarga de producir cables, componentes electrónicos, entre otras cuestiones; Grupo Sanborns, tienda departamental; American Movil, de telecomunicaciones; Grupo Inbursa, del rubro financiero; es accionista del *The New York Times*, periódico estadounidense; entre otros.

⁶⁷ Historia Grupo Inbursa. En Inbursa Grupo Financiero.

https://www.inbursa.com/Portal/?page=Document/doc_view_section.asp&id_document=1135&id_categoria=16 Consultada en agosto 2019.

⁶⁸ En Grupo Carso. http://www.carso.com.mx/ES/grupo_carso/Paginas/historia-carso.aspx Consultada diciembre 2016.



Mapa 6. Centros comerciales construidos por Grupo Carso

La filantropía e imagen generada de Slim y de Carso, ha beneficiado a la empresa ya que los agentes políticos suelen buscar a la firma para solventar distintos proyectos que pudieran ser considerados como controvertidos, per la imagen de Carso, permite en muchas ocasiones que la población acepte los proyectos, esto ocurre principalmente en los urbanos.

Dentro de las acciones que resaltan de Slim y del grupo Carso, es que a partir del año 2007 se invierte en el sector vivienda y en tiendas de cadena de nivel internacional para que estas lleguen a México, como lo es Saks Fifth Avenue, mientras que en el 2010 Carso genera dos nuevas empresas para especializarlas en rubros distintos como es la minería, a cargo de Minera Frisco S.A.B. de C.V. y de inmuebles con Inmuebles Carso S.A.B. de C. V⁶⁹. Esta última que será la responsable de la construcción de las nuevas plazas comerciales incluido el CETRAM El Rosario⁷⁰.

Como se ha mencionado, parte del éxito de Carso es la diversificación de proyectos, y lo es también en la ubicación de estos, ya que su influencia económica no es exclusiva de México ya que parte de su emporio económico se extiende a Latinoamérica, donde también tiene inversiones en hoteles, infraestructura, construcción, comercio, industria y, principalmente, la telecomunicación con las filiales Telmex, American Movil y Telcel, lo que le permite a Carso que en América Latina Carso genera alrededor del 50% de sus ingresos (Glacalone, 2008: 16). Específicamente en Perú, Carso adquirió el control del Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones, la mayoría de las acciones de “la Compañía de Telecomunicaciones de El Salvador, y los activos de AT & T Latin America”, esta estrategia se ha acelerado a partir del año 2000 (Glacalone, 2008: 21). Para Grupo Carso solo en el sector de la telefonía generó una ganancia, hasta el 2009, de 30 millones de dólares al año (Gutiérrez, 2011, 9).

⁶⁹ En Grupo Carso. http://www.carso.com.mx/ES/grupo_carso/Paginas/historia-carso.aspx diciembre 2016.

⁷⁰ Recientemente ha incursionado también al sector entretenimiento con la inversión en el fútbol mexicano profesional, al comprar al rededor del 30% de los clubes Pachuca y León. La participación en este rubro ha significado el conflicto empresarial con las televisoras mexicanas Televisa y Tv. Azteca que manejaban en duopolio el fútbol que es una de las actividades que más remuneración económica deja, por lo que las dos televisoras decidieron rescindir los contratos de publicidad con las empresas de Slim.

El sector comercial de Grupo Carso está integrado principalmente por las tiendas departamentales Sanborns, Sanborns Café, Sears, El Globo, Mixup, Discoland, principalmente (Crovi, 2007, 2). Prácticamente todas estas tiendas tienen presencia en los centros comerciales del grupo, excepto en CETRAM El Rosario, debido en parte en a que el nivel socioeconómico de la zona no se ajusta al nivel de estas tiendas. Empero, este sector es de los que más ganancias le genera al grupo, con entre 44 y 47 mil millones de pesos en el último quinquenio, además de ser el único que mantuvo una proyección al alza en el mismo periodo, ya que el sector industrial, infraestructura, construcción y energía tuvieron una inercia a la baja, o se mantuvieron sin variación, hacia el 2017⁷¹. Además de en México, Sanborns se localiza en América Latina y Europa, aunque México le representa el 74% de sus ganancias, el resto de América el 20% y el resto del mundo menos del 1%, y representa casi el 40% de las utilidades de la empresa⁷².

La Inmobiliaria Carso tiene presencia en prácticamente toda Latinoamérica, ha realizado una gran variedad de obras en rubros como agua, edificación, industria, Telecomunicaciones, Hidrocarburos y Energía, e Infraestructura, también desarrolla elementos estratégicos para el país como plataformas petroleras, perforación de pozos petroleros, equipos para industria química y petrolera, plantas industriales, gasoductos y acueductos⁷³. Tiene diferentes filiales como lo son CICSA, Urbitec, Cilsa, PC Construcciones. Aunque presenta una variación negativa hacia el 2017, esta es de alrededor del 8%, y puede deberse a que ha finalizado distintos proyectos por lo que ya no se le reportan ganancias.

En el rubro de la infraestructura parte de su oferta es la solución de diferentes problemáticas, así como la revitalización urbana, pero cuidando el medio ambiente y desarrollo social y económico, y cuenta como una de sus construcciones clave el

⁷¹ Grupo Carso: Cifras destacadas, en Grupo Carso Información financiera.

<http://www.carso.com.mx/ES/inversionistas/informacion-financiera/Paginas/cifras-destacadas.aspx>
Consultada en agosto 2019.

⁷² Informe anual 2017. En Grupo Carso <http://www.carso.com.mx/ES/inversionistas/informacion-financiera/Informe%20Anual%2020171/divisiones.html> Consultada en agosto de 2019.

⁷³ En Grupo Carso. <file:///C:/Users/DELL/Downloads/CVCARSOinfraestructurayconstruccion.pdf> diciembre 2016.

CETRAM El Rosario entre varias más⁷⁴. En total, este sector le otorga a la empresa el 16.5% de las utilidades totales de la empresa⁷⁵.

La empresa Conдумex es la encargada del Grupo Carso de realizar las obras industriales, además de elaborar equipo para energía, telecomunicaciones, electrónicos, fibra óptica, minería y automotrices, además de energías alternas. Todo este sector representa para el grupo 34% de las utilidades⁷⁶. El sector tiene una variación negativa de menos del 1% para el año 2017. Otro sector relativamente nuevo para el grupo es el energético, para lo que se generó la filial Carso Energy, que participa en energía y petróleo, además de transportar gas para la Comisión Federal de Electricidad, el sector representa apenas el 0.1% de las ventas de la empresa para el año 2017⁷⁷.

Grupo Carso ha invertido en diferentes sectores de la economía mexicana, ha trabajado en conjunto con diferentes niveles gubernamentales y se ha visto beneficiada de la aplicación de políticas neoliberales en el país en especial con la desincorporación de varias empresas. Esta empresa es quizá el más importante a nivel nacional ya que cuenta con inversión en todos los sectores. Es también, como se ha mencionado, una de las empresas icónicas en el cambio de actividad que ha tenido el país desde la década de 1980 con la reconversión de distintos espacios que estaban destinados al sector industrial hacia el sector terciario comercial. Por lo tanto, es uno de los principales agentes a la producción de un espacio urbano neoliberal. El CETRAM (Centro de Transferencia Modal) El Rosario es una muestra de ello, ya que en primera instancia privatiza una parte del espacio público, aprovecha las carencias de la zona para generar especulación inmobiliaria que a su vez provoca una reestructuración en las actividades laborales que ahí suceden o

⁷⁴ En Grupo Carso. <file:///C:/Users/DELL/Downloads/CVCARSOinfraestructurayconstruccion.pdf> diciembre 2016.

⁷⁵ Informe anual 2017. En Grupo Carso <http://www.carso.com.mx/ES/inversionistas/informacion-financiera/Informe%20Anual%2020171/divisiones.html> Consultada en agosto de 2019.

⁷⁶ Informe anual 2017. En Grupo Carso <http://www.carso.com.mx/ES/inversionistas/informacion-financiera/Informe%20Anual%2020171/divisiones.html> Consultada en agosto de 2019.

⁷⁷ Informe anual 2017. En Grupo Carso <http://www.carso.com.mx/ES/inversionistas/informacion-financiera/Informe%20Anual%2020171/divisiones.html> Consultada en agosto de 2019.

sucedían además de que se intenta “resolver conflictos” más profundos como la delincuencia, así como “mejorar” socialmente los alrededores de la terminal de autobuses con lo que se genera la impresión de una mayor seguridad al estar en un lugar alumbrado y con vigilancia, aunque algunos de los sectores más populares se han alejado del CETRAM y eso no ha significado resolver los conflictos de inseguridad. Los denominados CETRAM, son paraderos de transporte público que se localizan en los límites del Distrito Federal, la mayoría cuenta con líneas de autobuses que conecta a la capital del país con el estado de México.

Con la administración de Miguel Ángel Mancera la relación que inició con López Obrador continúa, ya que el gobierno a su cargo le ha dado a la empresa la responsabilidad de concretar la edificación de otros CETRAM, a través de la Ley de Asociaciones Público-Privadas (APP), decretada en 2012 por el Gobierno Federal encabezado por Enrique Peña Nieto. El proyecto del Distrito Federal busca remodelar 48 paraderos, de entre ellos está el de Cuatro Caminos o El Toreo, en el que Carso invertirá junto con otro inversionista 85 millones de dólares.

Carlos Slim es también el hombre al que han acudido los gobernantes del Distrito Federal para la inversión algunas zonas claves, como lo es el centro histórico, cuya remodelación ha sido en gran parte producto de Grupo Carso. La inversión de Slim en el centro es total lo que podría llamarse una acción de acaparamiento urbano, ya que ha remodelado o comprado alrededor de 60 edificios localizados en el centro histórico, algunos de esos los ha convertido en sedes corporativa⁷⁸, mientras que de otros obtiene rentas por su uso.

La relación de Slim con el gobierno de la ciudad de México se remonta a los primeros años de administración, cuando Andrés Manuel López Obrador le invitó a participar e invertir en Reforma, pero se supone que Slim dio su negativa y dejó en claro que lo que le interesaba era el centro histórico. Slim fue nombrado presidente del Comité Ejecutivo del Programa de Rescate del centro histórico con la anuencia de Obrador y del entonces presidente de la República Vicente Fox. Ese fue el inicio

⁷⁸ La Redacción. *La apropiación*. En Proceso 5 de octubre 2003. <http://www.proceso.com.mx/190333/la-apropiacion-no-1405> Consultada febrero 2017.

de la remodelación del corredor reforma – centro histórico, que posteriormente contó con diversos estímulos fiscales para que las empresas invirtieran en diversos inmuebles de esas zonas, es así como bajo diferentes empresas Slim adquiere al menos 62 edificios⁷⁹.

Una característica de Carso es el trabajo que realiza de regeneración o rescate urbano y económico de zonas identificadas con distintas problemáticas sociales, varios de estos proyectos se realizan en conjunto con los gobiernos, en especial el del Distrito Federal. Uno de los terrenos que Carso rescata, es el antiguo predio sobre el que hoy se edifica Plaza Loreto, que antes fue una antigua fábrica de papel; el mismo proyecto de Plaza Carso, corresponde a un rescate de antiguos terrenos devaluados de antiguas fábricas, mientras que Ciudad Jardín también es una obra que pretende “ayudar” a eliminar los conflictos de una zona caracterizada por problemas económicos y segregación social. Además de Plaza Ciudad Azteca y CETRAM El Rosario, ambos centros comerciales que funcionan como paraderos y terminales del Sistema de Transporte Colectivo, Metro, y de autobuses metropolitanos. Ambos funcionan bajo el modelo de concesión.

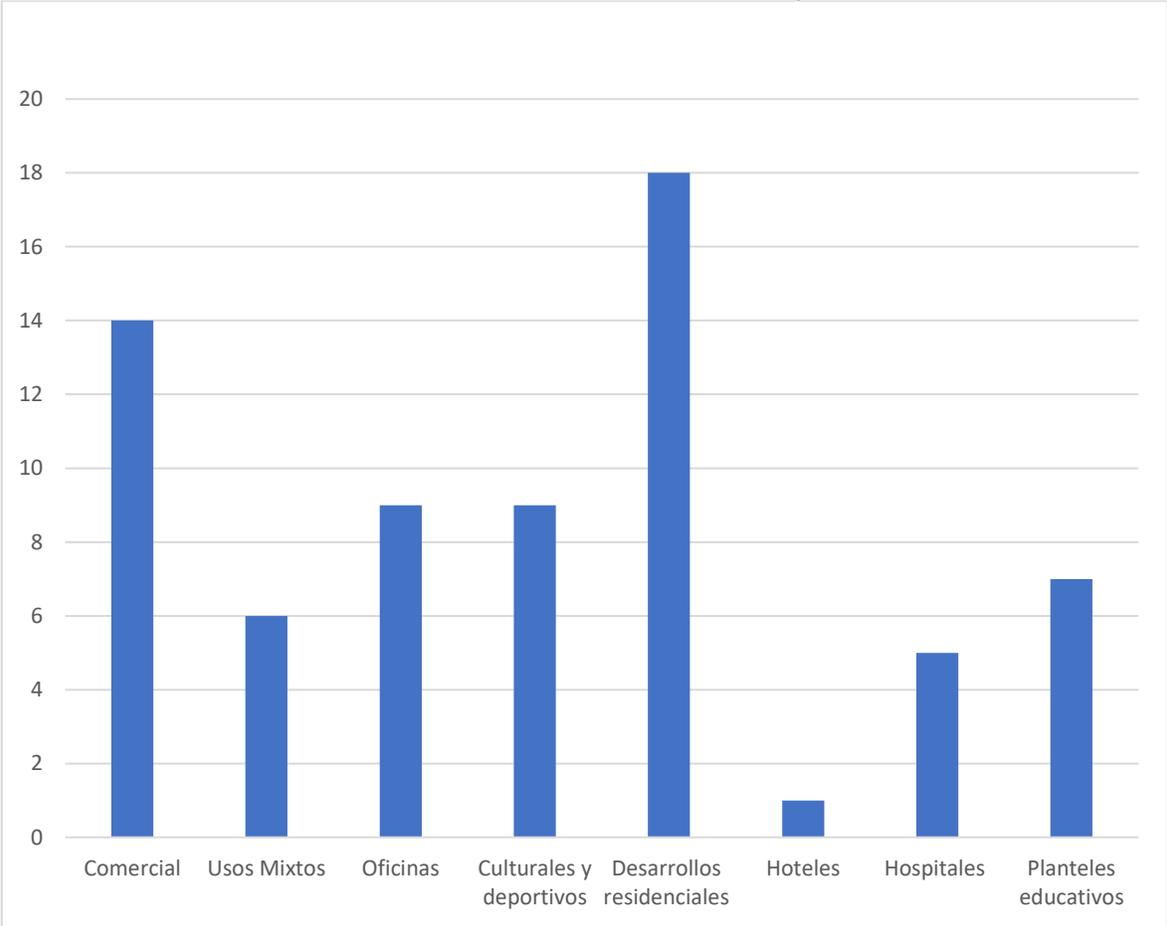
Este es precisamente el trabajo que el gobierno capitalino pretendía que Carso realizara con el rescate del centro histórico, dicho rescate ha provocado la conformación de un espacio característico de la ciudad neoliberal en la que lo que se realizó fue una inversión para edificar comercios y hacer calles peatonales y así obligar a los visitantes a caminar frente a los locales comerciales como lo es la calle Madero, esto funcionaría como una plaza comercial abierta sin límites establecidos, a lo que los distintos gobiernos que ha tenido la ciudad, le aumenta la constante vigilancia e inversión en las estructuras de los edificios o de comercios. La calle Madero también se ha vuelto característica por su vida nocturna, principalmente los fines de semana, cuando es constante la visita de jóvenes a los distintos centros nocturnos de la zona.

Para el rescate urbano, inversión o reinversión, Carso utiliza su empresa denominada como Inmuebles Carso, la que es la responsable de los rescates

⁷⁹ Ibid.

urbanos, de la cobrar renta por predios ocupados, y de generar los distintos desarrollos. Además de los centros comerciales, esta empresa es dueña de seis planteles de la Universidad Tecnológica de México (UNITEC) en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México; además de contar con dos planteles de la Universidad del Valle de México (UVM), uno en Coyoacán y otro en Monterrey, Nuevo León, aunado a la sede del Colegio de Veracruz, localizada en ese mismo estado (gráfica 9).

Gráfica 9: Desarrollos inmobiliarios de Carso por sector



Fuente: Inmobiliaria Carso

3.4 La inversión en el CETRAM.

El centro comercial CETRAM El Rosario tiene una mezcla de inversión entre el gobierno del Distrito Federal y Grupo Carso. Según el grupo inversor la construcción del CETRAM es para lograr un reordenamiento del transporte público principalmente, además de ofrecer áreas de entrenamiento a un mercado de aproximadamente 200 mil usuarios diarios⁸⁰. Para Carso la inversión de El Rosario es la pionera de otras construcciones similares en las que demuestra su relación con el gobierno del Distrito Federal. Aunque en esencia no pareciera representar grandes beneficios económicos debido al tipo de tiendas y a que las ventas no parecieran significativas para sus locatarios, aunado a que tiene plazas o desarrollos comerciales que le reditúan muchas más ganancias como lo es Plaza Carso, sin embargo, existen otros tipos de beneficios como la presencia en esa zona de la ciudad y estrechar su relación con el gobierno local al impulsar e invertir sus proyectos de mejora de la ciudad.

El mejoramiento del CETRAM desde el punto de vista gubernamental, tiene como principal objetivo modificar “la dinámica del tránsito local para mejorar la movilidad a través de una accesibilidad más eficiente, promoviendo la optimización del transporte público y la transferencia modal, planteando una estrategia de transporte colectivo y de transporte alternativo: ciclovías y bici estacionamiento” (entrevista a Huarte en: Rojas, 2012: 6). La hoy alcaldía de Azcapotzalco también justifica las nuevas urbanizaciones en la demarcación con el tema de la sustentabilidad ecológica, debido a que la mejor en el transporte y en la movilidad mejoraría la calidad del aire, en esto se incluye las nuevas formas de movilidad como la bicicleta (Rojas, 2012: 40, 41).

Este centro comercial corresponde a una tendencia actual de transformar los paraderos de transporte público en espacios para el consumo y regeneración de tejido social circundante, pues la zona de El Rosario es considerada como de las más violentas e inseguras de la ciudad de México, en el año 2018, se contabilizaron,

⁸⁰ En CCICSA http://www.ccicsa.com.mx/es/Edificacion/Paginas/experiencia_edificacion.aspx Consultada en diciembre 2016.

de manera oficial y según las denuncias levantadas, 801 delitos en la colonia El Rosario y 928 si se contabilizan las calles aledañas, a estas colonias, y alrededor de 381 en el cuadrante donde se localiza el CETRAM, mientras que en la primera mitad del año 2019, se cuentan 105 delitos, aunque la cifra aumenta de manera evidente hacia el límite nororiente del CETRAM, en el límite territorial con el estado de México, entre los delitos que destacan está el robo a transeúnte con violencia, robo de vehículo, robo a negocio con y sin violencia, robo a pasajeros del Metro, despojo, entre otros⁸¹. Por lo que se supone que este tipo de obras ayudará a eliminar esos factores de riesgo debido a que se implementará mayor vigilancia con mejor tecnología, un mejor ordenamiento del transporte y del comercio informal. Sin embargo, el número de delitos en los últimos años no ha disminuido, pues en 2016 se contabilizaron 653 delitos en esta misma zona.

Este tipo de paradero – centro comercial, evidencia las relaciones existentes ente empresa – gobierno, y es un claro ejemplo de cómo se conforma la ciudad neoliberal, en la que las autoridades gubernamentales deciden realizar mejoras en algunos puntos de la ciudad, pero es la institución privada la que realiza la inversión y decide las obras a realizar. En este caso, la unión se realiza con uno de los grupos económicos más fuertes del mundo como lo es Grupo Carso que ha trabajado con el gobierno del Distrito Federal en varios lugares de la ciudad, por ejemplo, en el centro histórico y en su regeneración o gentrificación.

El primer lugar con estas características fue el paradero de Cd. Azteca, al oriente de la ciudad en el estado de México. Aunque El Rosario es el primer centro comercial como tal dentro de un paradero de transporte público en el país, su construcción es parte de una transformación urbana en la delegación Azcapotzalco en la que se han construido nuevas unidades habitacionales, centros de espectáculos, como la Arena Ciudad de México, y se pretendía la apertura de un

⁸¹ En Gobierno de la Ciudad de México, Datos Abiertos de la Ciudad de México. https://datos.cdmx.gob.mx/explore/dataset/carpetas-de-investigacion-pgj-de-la-ciudad-de-mexico/table/?disjunctive.delito&refine.ao_hechos=2018&q=El+Rosario&refine.alcaldia_hechos=AZCAPOTZALCO&refine.fiscalia=INVESTIGACION%3%93N+EN+AZCAPOTZALCO&location=18,19.50798,-99.19972
Consultada en agosto de 2016.

nuevo estadio de béisbol en el Deportivo Reynosa, que también fue remodelado en el último lustro. Estas nuevas construcciones en apariencia han generado dificultades en el espacio circundante pues, por ejemplo, han ocasionado escasez de agua, pues en apariencia las nuevas urbanizaciones, en especial las viviendas, carecen de regulación adecuada⁸².

Según el Programa de Gobierno Delegacional de Azcapotzalco (2012-105), en esa delegación existe un crecimiento de población a la baja desde la década de 1980, esto se refleja en la baja densidad por vivienda, además de que existen varios terrenos subutilizados, por lo que es necesario que se hiciera una modificación en cuanto a sus usos de suelo y densidades permitidas, aunado a que en Azcapotzalco existen carencias estructurales y déficit en equipamiento de áreas verdes, de lugares culturales y educación, cuestiones que se hacen más visibles debido a que la delegación carece de recursos económicos⁸³. Es por ello que gran parte de la reestructura urbana que se ha realizado dentro de esa entidad administrativa la inversión la ha realizado casi por completo el sector privado. Es también la justificación para la edificación de ciertos espacios como la misma Arena Ciudad de México que está inserta en la oferta cultural, mientras que dentro del CETRAM también existe la inversión para generar centros culturales y educativos.

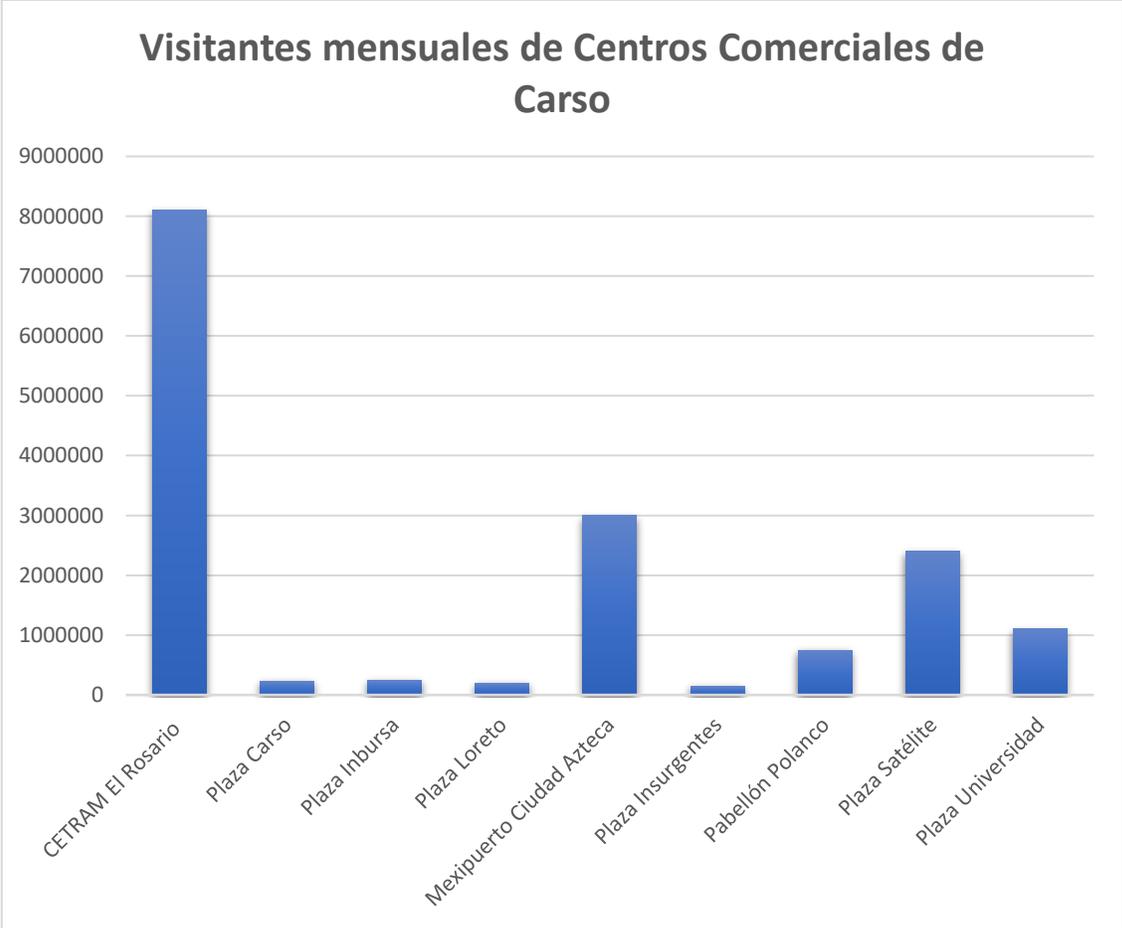
En los estudios de impacto urbano que la empresa realizó para obtener las licencias de construcción, la empresa consideró la opinión de la población visitante para así tener mayor aceptación y mitigar el posible rechazo brindándole el servicio que la gente más deseara. Así se la empresa menciona que lo que la gente buscaría sería tener un cine junto con una tienda departamental como Sears o Sanborns. Con esto, el cine fue el que se convirtió en la tienda ancla y se evidencia de nuevo que esta forma de entretenimiento es una de las principales ofertas y de los servicios más demandados por la sociedad mexicana. El que el cine fuera la tienda ancla también

⁸² Romero, Gabriela, 2013. *Enfrenta Mancera por la escasez de líquido en Azcapotzalco*. La Jornada 22 de febrero 2013. <http://www.jornada.unam.mx/2013/02/22/capital/041n3cap> consultada diciembre 2016.

⁸³ En Secretaría de Desarrollo Urbano y Metropolitano. http://www.azcapotzalco.df.gob.mx/transparencia/art14/fraccionXXIV/Proyecto_de_Programa_de_Gobierno_o_Azc.pdf. Consultada abril 2017

fue importante para el funcionamiento de la plaza debido a que con esto conseguía que el centro comercial fuera visitado por personas que no utilizan el CETRAM, con lo que adquiriría mayor relevancia para la población cercana. Aun así, el grueso de los visitantes es de paso, con lo que se registran más de 8 millones de personas visitantes al mes⁸⁴. Esto contrasta con el resto de sus centros comerciales, por ejemplo, en plaza Cuicuilco la afluencia al mes de alrededor 230 mil personas, o de Plaza Carso, la más lujosa de esta firma, que supera apenas los 250 mil visitantes al mes. La más cercana es el Mexipuerto de Ciudad Azteca, también paradero, con más de tres millones de visitantes. (Grafica 10)

Gráfica 10, Visitantes mensuales de los Centros Comerciales de Carso



Fuente: Inmuebles Carso

⁸⁴ En Inmuebles Carso. <https://www.inmueblescarso.com/Inmueble/Detalles/9/Cetram-El-Rosario>. Consultada Julio 2019.

Esta es quizá la razón principal por la que la empresa Carso decide invertir en este tipo de desarrollos urbanos, pues el número de visitantes es muy superior al de cualquier otro centro comercial. El CETRAM, está dirigido a los sectores medios y bajos de la ciudad, y ese es precisamente el grupo de población predominante en la ciudad y en el país, esto asegura que este tipo de urbanizaciones sea visitada y, potencialmente, represente un éxito para generar ganancias. Aunque, a pesar del gran número de visitantes, el precio de renta dista mucho de lo que se cobra en Delta o en otros centros comerciales como Antara o Carso, ya que aproximadamente en CETRAM por un kiosco se cobra entre 3 y 6 mil pesos al mes (alrededor de 10 mil menos que en Delta), esto debido principalmente al tipo de comercios que se tienen ahí, los cuales corresponden al nivel socioeconómico de la población visitante. Sin embargo, los objetivos de Carso pueden no ser solo económicos y este tipo de edificaciones representa una gran oportunidad para invertir.

La inversión le permite a Carso seguir con la sólida relación que tiene con los gobiernos de la Ciudad de México, tener presencia entre la población y ganar capital social, al ser vista como una empresa que colabora en la resolución de las problemáticas. Además, este tipo de urbanizaciones le permite diversificar sus inversiones y así mitigar los riesgos que pudieran existir en un rubro económico, así como contar entre sus usuarios a personas de distintos niveles socioeconómicos y no solo en un sector de la sociedad, esto es una apuesta que le brinda a la empresa estabilidad y la oportunidad de abrir nuevos y mayores mercados, así como invertir sus excedentes de otros proyectos.

El sector del transporte, se ha vuelto fundamental para Carso, y en general para las urbanizadoras, y más con la intención del gobierno local de mejorar los paraderos o Centros de Transferencia Modal, sin embargo, las empresas constructoras se han encontrado con distintas disputas con grupos de poder del transporte y del comercio informal, los que a su vez tienen relaciones estrechas y antiguas con distintos sectores políticos, esto puede ser una muestra del poderío de Carso, ya que prácticamente los únicos reordenamientos de las terminales del transporte público

que se han logrado construir, son las que ha realizado esta empresa, tales son Ciudad Azteca, en Ecatepec, CETRAM El Rosario, en Azcapotzalco y el Mexipuerto Cuatro Caminos, en el límite entre el estado de México y la ahora alcaldía de Miguel Hidalgo, solo Buenavista tuvo una reorganización y apertura de centro comercial sin la intervención de Carso.

La empresa de Carlos Slim también busca invertir en el paradero de Taxqueña, donde busca aprovechar la destrucción que provocó el sismo de septiembre de 2017, cuando el antiguo Soriana se derrumbó (para este proyecto compite con la inmobiliaria Gigante, la otra empresa constructora de Delta), aunado a que tiene distinta participación en los otros proyectos de remodelación de otros 9 paraderos de transporte público, como San Lázaro, Observatorio, Tacubaya, Martín Carrera, Chapultepec, Constitución de 1917, entre otros⁸⁵.

La construcción del centro comercial inicia con la publicación de la convocatoria para concesión el 5 de noviembre de 2008 para finalmente en julio de 2009 se otorga, a través de la Oficialía Mayor del Gobierno del Distrito Federal (GDF), que es la institución encargada de supervisar y vigilar que se cumplan todas las condiciones de la concesión⁸⁶. La concesión se otorgó por un periodo de treinta años a la empresa Calidad de Vida, Progreso y Desarrollo para la Ciudad de México, S.A. de C.V, esta misma empresa aportó los derechos y obligaciones al fideicomiso Desarrolladora Mexicana de Infraestructura Social (DMI)⁸⁷, que es una subsidiaria en la que participan Impulsora del Desarrollo y el Empleo de América Latina (IDEAL), de Grupo Carso y Grupo Prodi⁸⁸.

La empresa encargada de la construcción del CETRAM El Rosario fue DMI que es la que administración del centro comercial, y que es una filial de Inmobiliaria

⁸⁵ Hernández, Francisco. 2017. *Gigante y Slim quieren “conquistar” el metro de la CDMX*. En El Financiero. 5 de diciembre de 2017. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/gigante-y-slim-quieren-conquistar-el-metro-de-la-cdmx> Consultada en febrero 2018.

⁸⁶ PROCDMX Agencia de Promoción, Inversión y Desarrollo Para la Ciudad de México. http://www.procdmx.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=1117

⁸⁷ IDEAL., Informe anual 2014. https://www.bmv.com.mx/docs-pub/infoanua/infoanua_605469_2014_1.pdf Consultada en diciembre 2016.

⁸⁸ Agencia de Gestión Urbana de la Ciudad de México. Síntesis informativa. <http://www.agu.df.gob.mx/sintesis/index.php/privatizara-gdf-5-cetrams>

CARSO, aunque también interviene la empresa COPEMSA que es la encargada de operar y administrar el estacionamiento de la plaza, esta empresa se especializa precisamente en la administración de ellos. El estacionamiento del CETRAM es uno de los más pequeños de los centros comerciales con solo 168 cajones. COPEMSA es una empresa mexicana que opera desde la década de 1990, comenzaron en el Distrito Federal y actualmente tienen presencia en prácticamente todos los estados de la República⁸⁹. Su manera de operar es pagar una renta mensual fija al administrador del inmueble y ellos se hacen cargo de todos los costos de insumos y de personal, mientras que al usuario le ofrecen principalmente seguridad⁹⁰, por supuesto que asumen también todas las ganancias que se generen. Le han trabajado a prácticamente todas las grandes urbanizadoras del país como Danhos, Carso, Gigante, MRP, entre otras, en diferentes desarrollos.

La inversión total del CETRAM fue de 525 millones de pesos⁹¹. Este proyecto se considera como de regeneración urbana, en la que los beneficios será la reducción de dióxido de carbono, iluminación dentro y fuera de la plaza, mayor vigilancia y seguridad.

La regeneración urbana ha eliminado el espacio público. Una entrevista publicada en 2012, Erick Jáuregui, perito de obra en la ZMCM, mencionaba que en realidad para construir las obras no se tomaba en consideración a la población y solo se ve por el beneficio económico que tienen las desarrolladoras, que han encontrado en Azcapotzalco las facilidades en infraestructura y servicios para adquirir predios en precios bajos y ofrecerlos a precios altos, esto ha generado que se extinga la reserva territorial en la delegación, por lo que además hay presión sobre antiguos poseedores de tierra para que vendan sus posesiones a las grandes inmobiliarias⁹². El proyecto urbano en el que está inserto el CETRAM consideraba eliminar o reubicar al ambulante del paradero, mejorar la estructura urbana y la movilidad de

⁸⁹ En Copmsa. <https://www.copemsa.mx/servicios-estacionamiento/> Consultada en diciembre 2016.

⁹⁰ En Copmsa. <https://www.copemsa.mx/servicios-estacionamiento/> Consultada en diciembre 2016.

⁹¹ En Realestmarket. <http://www.realestmarket.com.mx/revistas/11993-carso-impulsando-el-desarrollo> Consultada en diciembre 2016.

⁹² Obras Web. <http://www.obrasweb.mx/construccion/2012/09/10/carso-le-sacan-jugo-inmobiliario-al-transporte-del-df> Visto Diciembre 2014. Consultada en diciembre 2016.

la zona, aunque es desde el Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal de 2000 al 2010, se incluía ya un reordenamiento del paradero, y en el Programa de delegacional de Desarrollo Urbano de la delegación Azcapotzalco se trata específicamente de que es necesario el mejoramiento del CETRAM⁹³.

El mismo sistema que se ha establecido en CETRAM El Rosario se trata de repetir en cinco paraderos más, uno de los primeros será el de Cuatro Caminos, el cual tendrá exactamente el mismo cuadro que incluye una concesión de 30 años a la empresa responsable que será DMI en sociedad con Promotora IDEAL, ambas de Grupo Carso. Que invertirá alrededor de 85 millones de dólares en este proyecto⁹⁴.

3.5 Las propuestas, los cambios en el uso del suelo y el Nivel socioeconómico en torno al CETRAM El Rosario.

El paradero de El Rosario era uno de los puntos más conflictivos en cuanto a violencia, inseguridad y tráfico vehicular en toda la ciudad. Por lo que se buscaba que la construcción del CETRAM tuviera la aceptación de los vecinos y de los usuarios ya que buscaba eliminar todos los conflictos existentes (mapa 7).

Antes de convertirse en lo que hoy es, la empresa constructora mencionaba en su plan de construcción que el paradero tenía 2400 metros cuadrados lineales con una capacidad para 184 autobuses, que se distribuían en 30 rutas de transporte público, principalmente interurbanos, con una afluencia diaria de 1000 personas cada 4 minutos que provenían principalmente de la línea 7 del metro y 400 que provenían de la línea 6. Por día hábil se contabilizaban alrededor de 15 mil movimientos de entrada y salida de autobuses, aunque estos no son el segundo transporte de mayor flujo en el paradero, sino que lo eran los taxis que dan servicio a las unidades habitacionales cercanas al CETRAM, en donde la inseguridad es alta.

⁹³ En Grupo Carso. <http://132.248.9.195/ptd2013/junio/097529895/097529895.pdf> Consultada en diciembre 2016.

⁹⁴ González, Javier, 2013. *Se construirá Cetram Cuatro Caminos*. En Archdaily.com 5 de septiembre 2013. <http://www.archdaily.mx/mx/02-290080/se-construira-cetram-cuatro-caminos-cc-arquitectos> Consultada en diciembre 2016.

CENTROS COMERCIALES DE LA ZMCM

ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS

ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS INEGI

- 4
- 6
- 7

CENTRO COMERCIAL

LIMITES

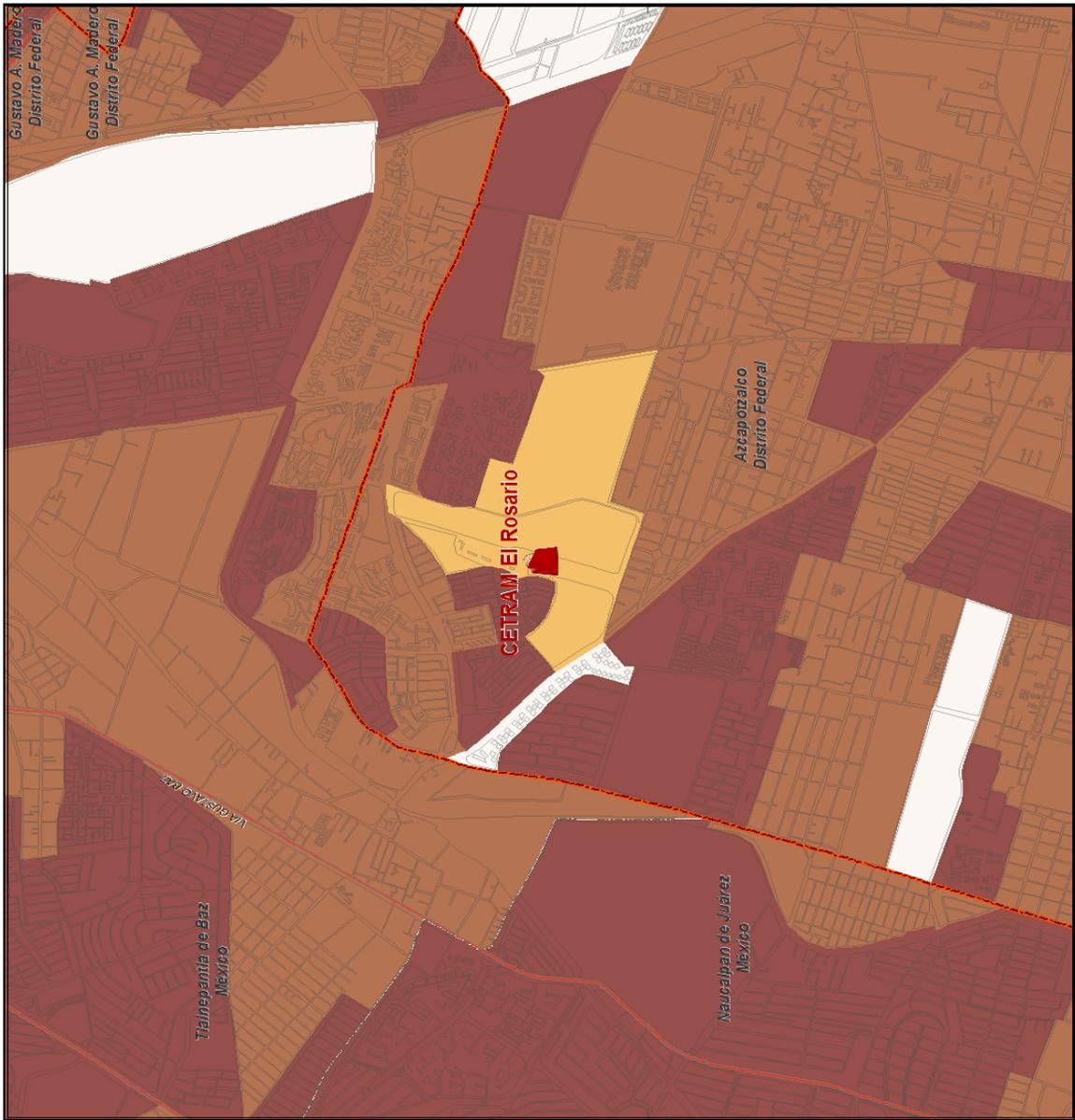
- Estatal
- Municipal

VALIDADES

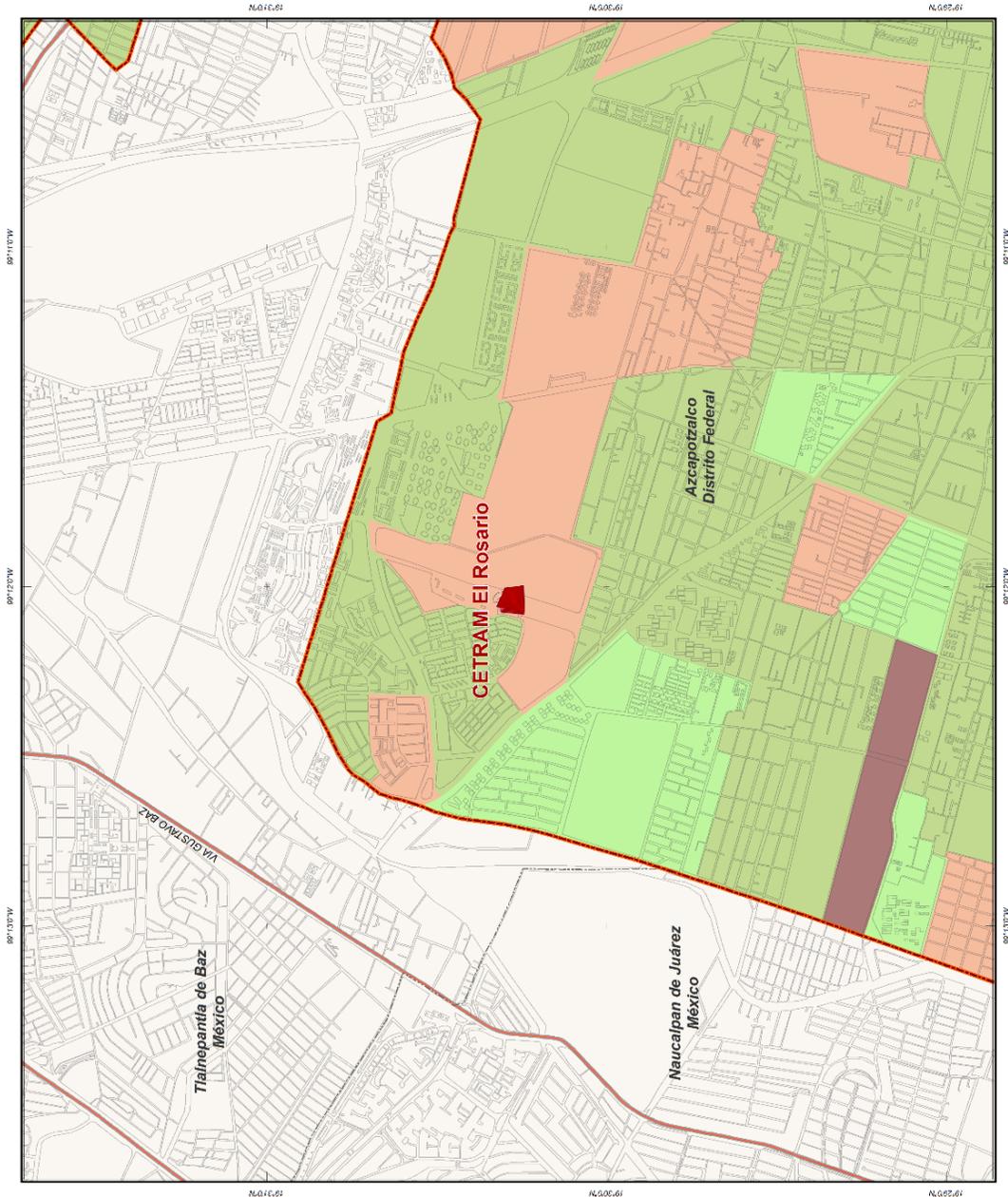
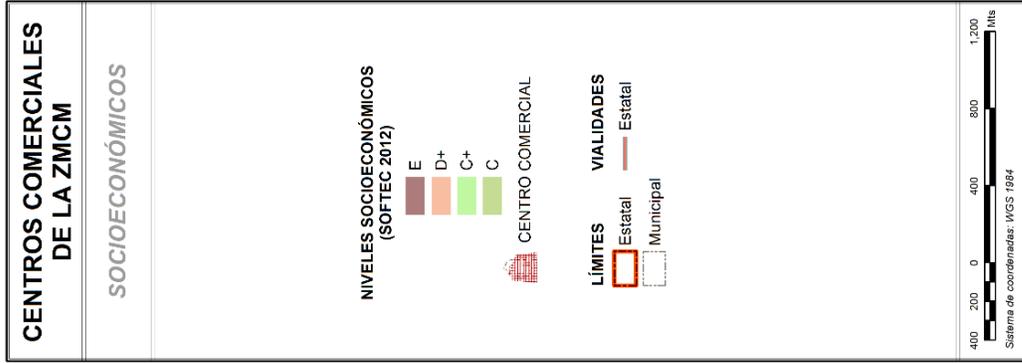
- Estatal
- Municipal

400 200 0 400 800 1,200 Mts

Sistema de coordenadas: MGS 1984



Mapa 7: Estrato socioeconómico CETRAL El Rosario



Mapa 8. CETRAM El Rosario. AMAI 2012.

CENTROS COMERCIALES DE LA ZMCM

NORMATIVIDAD DE USO DE SUELO 1997

CENTRO COMERCIAL

USOS DE SUELO

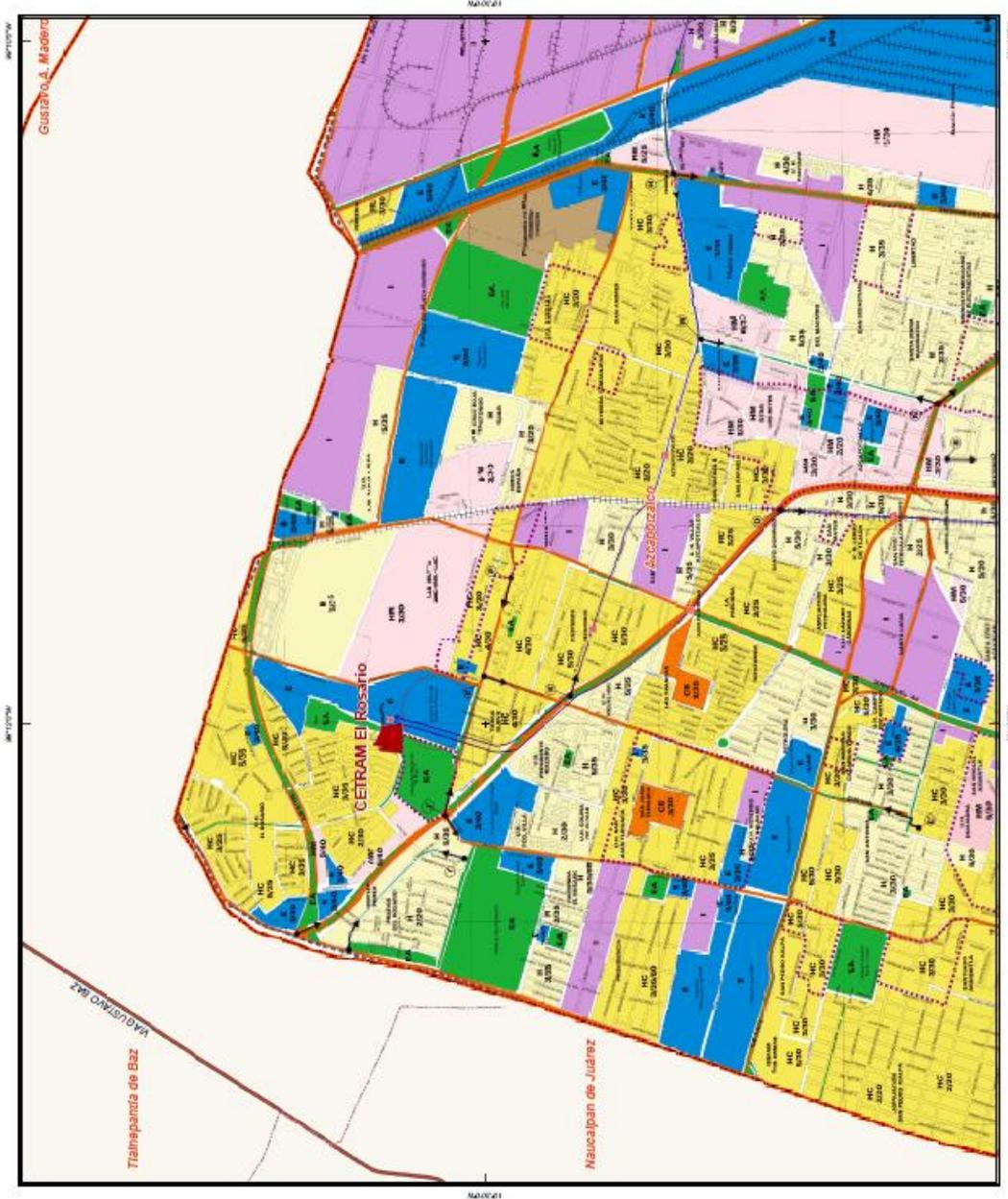
- Centro de barrio
- Equipamiento
- Espacio abierto
- Habitacional
- Habitacional con comercio
- Habitacional mixto
- Industrial
- Programa parcial

INFORMACIÓN GENERAL

LIMITES

- Estatal
- Municipal
- Delegación/Municipio

400 200 0 400 800 1,200
Mts.
Sistema de coordenadas: WGS 1984



Mapa 9. uso de suelo 1997 CETRAM El Rosario.

CENTROS COMERCIALES DE LA ZMCM

NORMATIVIDAD DE USO DE SUELO VIGENTE

USO DE SUELO

- Espacio Abierto
- Habitacional
- Habitacional/Comercio
- Habitacional Medio
- Centro de Barrio
- Equipamiento
- Industrial

INFORMACIÓN GENERAL

VIALIDADES

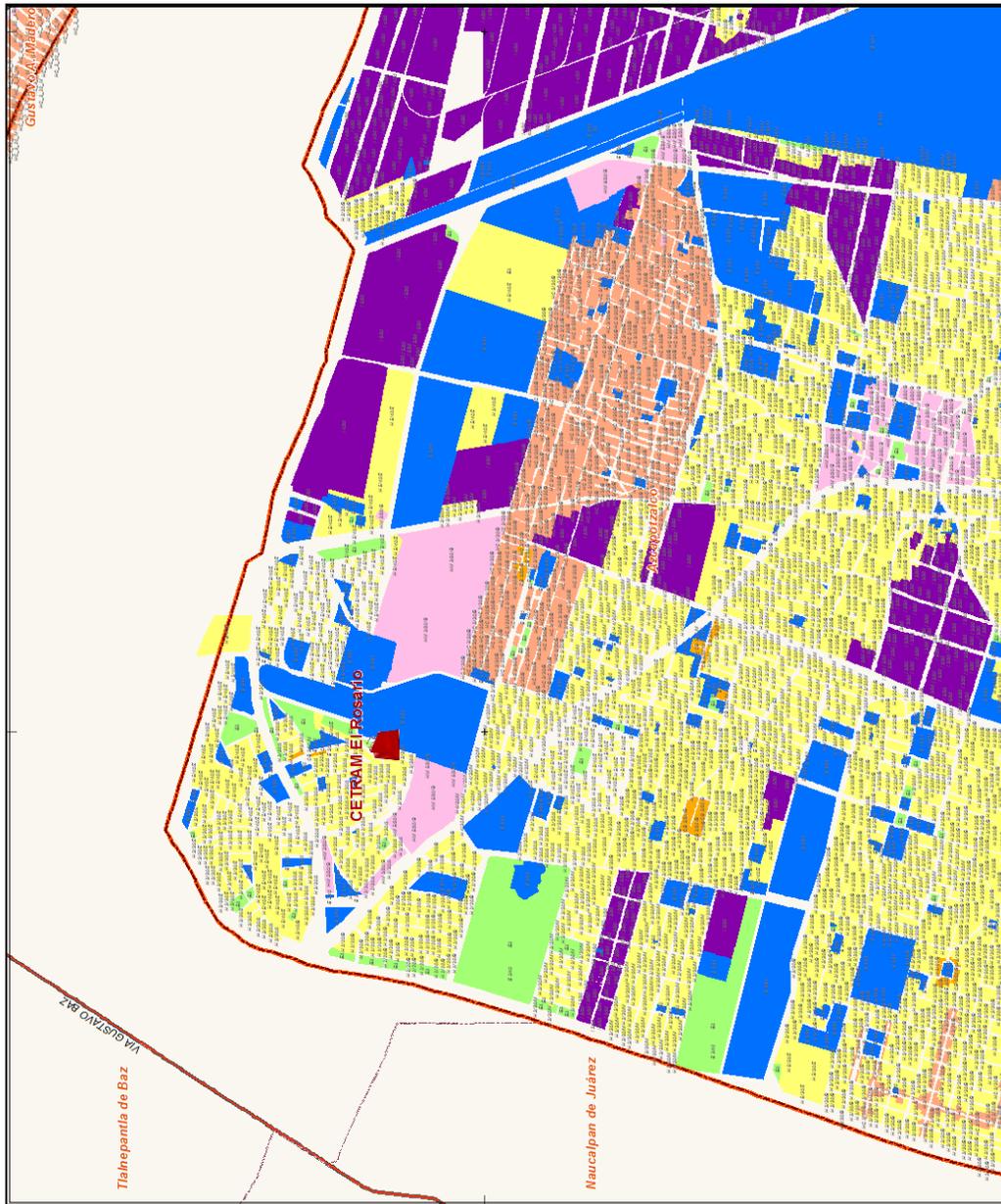
- Estatal
- Municipal

LIMITES

- Estatal
- Delegación/Municipio

400 200 0 400 800 1,200 Mts

Sistema de coordenadas: MICS 1984



Mapa 10. uso de suelo actual CETRAM El Rosario

La movilidad es un grave problema en todos los Centros de Tránsito de la Ciudad de México, la entrada y salida de vehículos o del sistema de transporte hace que la zona se convierta en un nudo complejo. Existe un aumento en el número de autos particulares en toda la ciudad, esto además no es exclusivo de una zona con determinado nivel socioeconómico, ya que existen diferentes posibilidades para que varios sectores de la sociedad tengan acceso a un coche particular, además de que, provocado por la inseguridad e ineficiencia del transporte público, se vuelve cada vez más común que las personas busquen la manera de conseguir un transporte privado. Esto ha provocado que en la zona circundante del CETRAM la afluencia de autos sea alta, por lo tanto, para realizar los cambios de uso de suelo y otorgar los permisos se pidió también por parte de las autoridades correspondientes, que se diera alguna opción para solucionar este problema.

En el estudio de impacto urbano, sin embargo, la empresa responsable mencionaba que no existía un problema como tal con la vialidad, ya que no había demasiados cruces congestionados, y los que existían se podría solucionar modificando algunas vueltas o cancelándolas. Aunado a que en el mismo documento se argumenta que la saturación vehicular es principalmente por la mañana debido a la cantidad de escuelas y por qué coincide con la salida de los habitantes hacia sus respectivos trabajos. Por lo tanto, esto no afectaría a los visitantes del centro comercial.

En lo que sí coincide completamente el estudio de la empresa con el diagnóstico de las autoridades es en la falta de estacionamiento que se tenía en la zona circundante del CETRAM, en ambos estudios se habla de que existe una carencia de zonas destinadas a este uso, y las que existían corresponden a las unidades habitacionales, aunque también, por las características de algunas viviendas o incluso por las diferentes posibilidades, no existe una zona donde sea posible dejar el automóvil, por lo que se deja en las calles. Esto es un argumento de la empresa inmobiliaria para que se le permitiera la construcción del centro comercial, ya que según se versión la plaza ayudaría a resolver este problema debido a que lograría generar un número, en ese momento, indeterminado de cajones de estacionamiento.

Respecto al problema de seguridad, dentro de los estudios de impacto urbano, la empresa identifica a este como un severo conflicto en esa zona, por lo que menciona que se deberá realizar la instalación de módulos de vigilancia que estén operando con seguridad privada, además de las cámaras de vigilancia en los accesos y dentro de la plaza, aunado a que la mejora de la infraestructura que rodea el centro comercial, como lo es el alumbrado, para así mejorar la vigilancia y la seguridad. Además, se especificaba que se debían mejorar los alrededores de la plaza y generar áreas verdes para así mejorar la imagen urbana de la zona que también es un problema en la zona circundante. Según la empresa, estas acciones servirían para brindar mayor seguridad a la gente visitante de la plaza, pero también a los vecinos.

El nivel socioeconómico es entonces cambiante conforme se aleja la zona de influencia, los cambios no han sido tan evidentes, pero sí se observa una diversidad entre los grupos sociales que ocupan los alrededores de la plaza. Si bien el primer círculo es de un estrato económico medio bajo, existen grandes zonas que cuentan con una población de clase media alta, esto en la misma delegación Azcapotzalco, cercana al centro comercial, y en los municipios mexiquenses, donde las zonas de este nivel económico son de mayores dimensiones.

En el caso de CETRAM, sí existe alguna coincidencia con los datos mostrados por AMAI, debido a que son los estratos socioeconómicos más bajos los que aparecen en la cercanía del paradero-centro comercial. Incluso tienen prácticamente mismos niveles considerados: INEGI con tres y AMAI con Cuatro, además de que en ambos casos se consideran los niveles medios y bajos (Mapa 8).

Se evidencia una simetría en los niveles considerados y que los sectores avanzan por zonas, es decir, no están localizados por manchas o enclaves, sino que son zonas continuas. Por lo que los cambios de zonas no son tan evidentes o tan marcados. En ambos mapas se aprecia una continuidad en la zona de fábricas y en las zonas escolares que además está conectada directamente con el CETRAM. Esta delimitación es lo único que puede distinguirse del resto de las zonas cercanas.

En cuanto al uso de suelo el predio que ocupan el metro y el ahora CETRAM está caracterizado por ser de equipamiento social. En toda la zona de Azcapotzalco existe una gran cantidad de usos de suelo, prácticamente por lote existe un uso diferente, por lo que se aprecia una gran diversidad y fragmentación urbana, aunque los dos que más sobresalen son los destinados a las actividades comerciales y al de equipamiento. Estos dos usos son los que más se han extendido si se toma como referencia los datos obtenidos de 1997.

Frente al *CETRAM* se observa que existen varias islas donde se localiza una nueva forma de uso de equipamiento, donde principalmente era de uso habitacional. Del otro lado, es decir, al oriente de la plaza, también se aprecian diferentes zonas que en 1997 estaban destinadas a la habitación o al uso mixto entre habitacional y mixto, y ahora han crecido manzanas específicas en las que los equipamientos han ganado terreno (mapa 9).

El comercio también se ha incrementado a los alrededores, aunque no de la misma forma que los equipamientos. Cabe recordar que, en el último quinquenio, la delegación Azcapotzalco ha sido destino de inversiones urbanas, por ejemplo, se edificó el auditorio Plaza Ciudad de México, en una zona cercana al *CETRAM*, este centro de espectáculos tenía un uso de suelo de esparcimiento. Además de que se intentó construir un estadio de béisbol profesional que sustituiría al Parque Deportivo del Seguro Social, aunque finalmente esta construcción no se realizó. Algunas de estas nuevas edificaciones se construyeron sobre suelo antes destinado a ser espacio abierto (Mapa 10). Según el Plan de Desarrollo Urbano vigente en la delegación Azcapotzalco, la colonia El Rosario está caracterizada como de uso mixto ya que es concentradora de servicios⁹⁵. La zona que ocupa la terminal del metro es extensa debido a que en esa estación está también uno de los talleres principales de la red del metro, por lo tanto, también hay una zona cercana a los talleres que cuentan con equipamiento que funciona como complemento para los mismos talleres.

⁹⁵ Plan de Desarrollo Urbano delegación Azcapotzalco, p 24

El diagnóstico que hizo la empresa a partir del Estudio de impacto urbano, pone énfasis en el uso de suelo actual de algunos de los predios, aunque en la mayoría de las descripciones, la empresa coincide con lo que se ha expresado arriba, la inmobiliaria especifica algunos elementos como el uso que le dará a ciertos elementos, por ejemplo, predios que están al norte del CETRAM, la empresa los ideaba desde antes de la construcción como una salida a los vehículos del nuevo paradero. Así como menciona la necesidad de retirar un terreno que servía para depósito de diversos materiales, y en vez de este se proponía la realización de un espacio verde.

Dentro de los límites de la delegación se dio un importante incremento de población en la etapa de mayor auge industrial del país, esto provocó un crecimiento urbano hacia el norte de la ciudad de México, lo que ha generado que exista una mayor demanda del servicio de transporte en el paradero de El Rosario. En el Plan de impacto urbano, la empresa identifica que el territorio que antes era parte de la actividad industrial aún existe, principalmente en la colonia Industrial Vallejo, aunque los lugares destinados a esta actividad ya solo quedan como islas dentro del tejido urbano, que, según este estudio, es complejo debido al relieve y a las distintas actividades que se tenían en toda esa zona.

El crecimiento poblacional se aprecia también en la creciente urbanización de los alrededores del CETRAM que al menos en los datos de 1997 aparecían como aparentemente baldíos ya que no contaban con un uso específico y actualmente se localizan como de uso habitacional, comercial o uso mixto, esto también puede obedecer a los programas de regulación de vivienda que se han realizado. Uno de los predios que continuaba en desuso era el que ocupaba la extienda Conasupo que contaba con más de 2000 metros cuadrados y se mantuvo sin usos específico durante un tiempo prolongado, además de que se tienen reservas territoriales también en la misma colonia El Rosario, el terreno tiene más de 4 mil metros cuadrados⁹⁶. Las unidades habitacionales han proliferado en esa zona de la

⁹⁶ Plan de Desarrollo Urbano delegación Azcapotzalco, p 35 y 36.

delegación y ahora son una constante. También existen grandes terrenos donde el uso principal es de fábricas, este no se ha modificado prácticamente.

El aumento en población que se tuvo por las décadas de 1970 hasta los noventa, aunado a los cambios de uso de suelo han generado diversos conflictos en la zona, uno de los más evidentes es el tráfico vehicular, al que contribuye de gran manera el transporte público que en algunos casos no está regulado, por lo tanto, existen complicaciones en las estaciones por no tener o no respetar los lugares destinados al ascenso y descenso de los pasajeros. Esto ocurre también cerca del CETRAM, aunque para su construcción se especificaba que solucionar este conflicto era una prioridad.

Existía en las propuestas de la empresa, incluidas en estudio de impacto urbano, la de generar una mayor cohesión entre la población del estado mexiquense y las de la Ciudad de México, para esto proponían una integración a partir del programa urbano delegacional en el que la construcción del CETRAM contribuiría de manera concreta y certera al realizar el equipamiento necesario para que así ocurriera. Además de que se buscarían inversiones entre el gobierno y la empresa donde se desarrollen inmuebles y estructuras urbanas con capacidad para brindar bienes y servicios, además de que se buscaba promover la sustentabilidad, a partir del CETRAM; y la competitividad con otras zonas de la ciudad.

Como parte de la sustentabilidad, la empresa anuncia que la construcción del CETRAM servirá también para propiciar el uso de bicicletas ya que incorporará estacionamientos y carriles exclusivos o adecuaciones viales para este tipo de vehículo no motorizado. En este punto converge completamente con el plan delegacional en el que se buscaba fomentar el uso de la bicicleta como forma de terminar con el tráfico y mejorar el ambiente.

Los diversos problemas que aquejan a la población circundante, también es, en apariencia, entendido por la empresa como una problemática que, supuestamente, la idea de construir el CETRAM surgió debido a la necesidad de mejorar la calidad de vida de la población ya que brindaría diversos beneficios a toda la sociedad. Además de que las mejoras en el paradero serían también en la conectividad, el

transporte y el tráfico vehicular en la zona. Lo que después de algunos años de inaugurado el centro comercial no ha ocurrido. La regulación del transporte público tampoco ha sido completa ni ha reducido los índices delictivos ni el tiempo de viaje, por el contrario, según diversos usuarios argumentan que estos han empeorado debido a lo inaccesible de la plaza.

Lo que sin duda ha funcionado es la aceptación por parte de la población vecina hacia el centro comercial, ya que ha significado una posibilidad de entretenimiento en una zona cercana, por lo que se ha convertido en una parte significativa del espacio de la delegación, aunque esto no ha provocado el mejoramiento en el nivel de vida de la sociedad.

Capítulo 4. Centro Comercial Parque Delta: un ejemplo de la producción espacial

El centro comercial Parque Delta, es un ejemplo de la forma en la que se produce un espacio dentro del neoliberalismo. Se evidencia el cambio de uso de suelo y, al igual que en CETRAM, se aprecian las distintas etapas de la vida económica y política del país. Al analizar a las empresas que edificaron este centro comercial, se aprecia la manera en que las empresas privadas colaboran en la construcción de la ciudad, así como las relaciones de poder que a la empresa le han permitido adquirir la importancia urbana que ahora tiene.

4.1 Danhos: relaciones de poder que facilitan nuevas inversiones.

Las empresas inmobiliarias que construyeron ambas plazas tienen una importancia significativa en el desarrollo de una “nueva” zona urbana. Además, que también se evalúan las relaciones entre grupos de poder económico al identificar sus alianzas o transacciones de compra – venta, en las que también está inserto el cambio de base económico que tienen ciertas empresas como Gigante, que incluso cambiaron completamente de giro para insertarse a lo urbano. Es decir, el estudio de Delta o CETRAM El Rosario abre las puertas para analizar el proceso de apertura de centros comerciales desde diferentes perspectivas.

La empresa responsable de la construcción y de la actual administración de Plaza Parque Delta es Grupo Danhos, esta es una empresa desarrolladora que tiene su origen en 1976, sus principales obras urbanas son centros comerciales y oficinas de, lo que ellos llaman, clase premier⁹⁷. La empresa se autodenomina como pionera en las edificaciones de uso mixto en el mercado inmobiliario, además de que son especialistas en ofrecer servicios avanzados de software, seguridad y fibra óptica entre otros⁹⁸. Tienen como parte de su visión transformar áreas urbanas selectas con el “redesarrollo”, adquisición y administración de inmuebles⁹⁹. Es decir que la empresa busca producir o regenerar espacios donde instala sus construcciones,

⁹⁷ Portal Danhos Historia.. <http://www.danhos.com.mx/> Consultada diciembre 2015.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Portal Bolsa Mexicana de Valores.. https://www.bmv.com.mx/docs-pub/infotfte/infotfte_488136_17416-3_2013-03_1.pdf Consultada Febrero 2016.

rodearlo de elementos que les sirvan y les sean de ayuda para consolidar sus proyectos urbanos, esto es además una forma de abarcar mayor mercado y diversificarse al menos en cuestiones para cuestiones políticas y reglamentarias.

La empresa inmobiliaria está dedicada a construir, rentar, operar y/o administrar las diferentes construcciones que ellos realizan, las que, además, según la propia empresa, se han convertido en edificaciones icónicas, en especial, la ciudad de México, para ello en cada construcción que tenga el sello de Danhos, esta empresa apuesta por “mejorar o generar” valor en los alrededores de sus edificaciones, aunado a que se localiza en zonas e inmuebles destacadas¹⁰⁰.

Esta es la parte medular de la empresa y es precisamente lo que genera un desarrollo urbano neoliberal en el que la privatización del uso del suelo y la generación de actividades terciarias a los alrededores es fundamental para el completo funcionamiento de sus construcciones, por lo que es común que también exista un trabajo en conjunto con distintos niveles gubernamentales que le permitan a la empresa cumplir con las metas de “mejora” en los alrededores de sus construcciones. Para el gobierno las edificaciones que sobresalen del resto suelen ser importantes ya que denotan desarrollo urbano para lo que utilizan también edificaciones antiguas reconocidas entre la población como lugares de reuniones, como lo era el Parque del Seguro Social o El Toreo de Cuatro Caminos, con lo que asegura que desde el primer momento de su apertura estas sean ya parte de la cotidianidad de la población, pero al reinvertir en esos lugares pueden mostrarlos como algo novedoso y mejorado desde la cuestión urbana hasta lo social. Es decir que existe de manera eficaz la búsqueda de una modificación espacial urbana tendiente hacia las características neoliberales. El que la visión de la empresa sea “transformar áreas urbanas selectas¹⁰¹”, demuestra que el actual urbanismo que se realiza al menos en la ciudad de México no busca la integración social o mejoramiento urbano sino las ganancias económicas empresariales, de prestigio

¹⁰⁰ Portal Fibra Danhos., <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Presentacion-de-Roadshow.pdf> Consultada febrero 2016.

¹⁰¹Portal Bolsa Mexicana de Valores. https://www.bmv.com.mx/docs-pub/infoftte/infoftte_488136_17416-3_2013-03_1.pdf Consultada Febrero 2016.

político, además de que continúe la expansión del urbanismo defensivo, aunque con diferentes características.

Danhos tiene su origen en una empresa textil que a partir de la idea de los hermanos David, Daniel y José Kabbaz Chavier de la comunidad judía en México, que pretendían generar mayores ingresos, por lo tanto, deciden incursionar en el rubro urbano¹⁰² en el que han destacado y fortalecido sus relaciones empresariales y hasta políticas. Danhos es una empresa familiar que fue creciendo por lo que distintos empresarios comenzaron a interesarse en invertir en la empresa, aunque los principales accionistas continúan siendo parte de la familia Daniel Kabbaz. Danhos. Los accionistas también generaron la empresa Asesor DS1, S.A. de C.V. que está encargada exclusivamente en el asesoramiento e implementación de estrategias financieras de Danhos, y su mesa directiva incluye a varias personas que fueron miembros de la inmobiliaria, su creación fue en 2013.

David Daniel Kabbaz Chiver es el presidente del comité y el socio fundador de la empresa, José Daniel Kabbaz Chiver es el vicepresidente, ambos han trabajado en el ramo inmobiliario desde el cambio de rubro de la empresa, ambos son también fideicomitentes a partes iguales del fideicomiso 1629 que recibió en aportación el terreno donde se dio la ampliación de Parque Delta en 2014. David, como presidente actual, fue reconocido en 2015 como una de las 300 personas líderes más influyentes en México, al estar ubicado en el lugar 152. Ellos son hijos de José Daniel Kabbaz, quien dio inicio a la inmobiliaria.

Salvador Daniel Kabbaz Chiver es vicepresidente y administrador de las propiedades comerciales y de oficinas de premier; Blanca Canela es Directora de Finanzas y Directora Ejecutiva de la Administrativa; Jorge Gamboa de Buen es Director de Desarrollo y Asesor de Administración, ocupó la Coordinación General de Reordenación Urbana y Vivienda del Departamento del Distrito Federal bajo la presidencia de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994). Él adquiere un rol fundamental en la empresa desde que ingresa a ella en 1998, debido a su

¹⁰²Portal Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Presentacion-de-Roadshow.pdf> Consultada en febrero 2016.

experiencia en el nivel gubernamental y en el negocio inmobiliario. Es la cara visible de la marca. Jorge Benguira es Director de Construcción del grupo Asesor, estuvo 12 años como director de Danhos. Las personas que aparecen como parte del grupo asesor laboran en la empresa DSD1.

Ajenos a la familia Daniel, en el comité de Danhos aparecen importantes empresarios como Lino del Prado Sampedro, que es presidente del Consejo de Administración de la tienda de ropa Zara México, diferentes cadenas de ropa y de restaurantes, está considerado como uno de los hombres más influyentes en el país; Francisco Gil Díaz, quien fue Secretario de Hacienda durante la presidencia de Vicente Fox, y Subgobernador del Banco de México.

Elvira Daniel, hermana de David, también fue miembro propietario del comité técnico hasta 2015 cuando renunció en conjunto con Celia y Jessica Daniel Kabbaz Zaga¹⁰³. Elvira es o fue el único miembro de la empresa y de la familia que ha figurado dentro de la política nacional. Primero como asesora de la líder Alejandra Barrales en el Sindicato de Sobrecargos, según Elvira fue Alejandra quien la impulsó a entrar en la política por lo que decidió postularse como candidata por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) a diputada local por el Distrito XVI, en la delegación Tlalpan. Según cuenta esta decisión obedeció a que se considera "defensora de los pobres"¹⁰⁴. La relación entre ambas demuestra la cercanía que existía entre el Partido de la Revolución Democrática, donde el hoy Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador fue candidato en dos ocasiones a la presidencia, y la familia Daniel Kabbaz. Es durante el periodo que el PRD gobierna en el entonces Distrito Federal, cuando Danhos creció y se convirtió en una de las empresas urbanizadoras más importantes del país. Es también durante la gubernatura de López Obrador (AMLO) (2000-2005) que se edifican, entre otras, Parque Delta y Reforma 222.

¹⁰³ Resoluciones adoptadas en la Asamblea de Tenedores de Fibra Danhos 11 de marzo de 2015. <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/Resoluciones-Asamblea-Danhos-110315.pdf> Consultada en enero 2016.

¹⁰⁴ Torres, Jonathan, 2003. *Quiero bailar pero no ser bonita: candidata del PRD*. En El Universal 12 junio 2003. <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/51001.html> Consultada enero 2016.

Durante la campaña de Elvira, se cuenta que caminaba desde las 4 de la mañana yendo de puerta en puerta para conocer las problemáticas de la población, actitud que fue del agrado del entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal Andrés Manuel López Obrador, que la invitó a integrarse a su gabinete por lo que Elvira trabajó posteriormente en la Dirección de Transportes Eléctricos del Gobierno del Distrito Federal (de 2003 al 2006), época en la que también colaboró con AMLO como asesora en temas administrativos y corrupción. Es precisamente en este periodo que se inaugura Parque Delta.

Al concluir el gobierno de AMLO, Elvira se retira aparentemente de la vida política al menos de manera pública, sin embargo, con la creación de una asamblea constituyente en el Distrito Federal, nuevamente surgió el nombre de Elvira como miembro de la Constituyente de la Ciudad de México del 2016, aunque ahora por nuevo Partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), que es una escisión del PRD y que preside Andrés Manuel López Obrador¹⁰⁵. Durante su tiempo de constituyente, la señora Daniel Kabbaz, buscó impedir que en la naciente constitución se eliminara la llamada Numeral 8, apartado C del artículo 21, en el que se plantea la obligación de las inmobiliarias a compensar y mitigar riesgos urbanos, ambientales y sociales, así como mejorar el equipamiento urbano en las zonas circundantes en los nuevos urbanismos, aunque finalmente el artículo se aprobó. Durante la constituyente, Elvira también colaboró en las Comisión de Reglamento; de buen gobierno; responsabilidades de servidores públicos; corrupción; y fue secretaria de la Comisión de Principios Generales¹⁰⁶.

Elvira Daniel fue considerada como posible candidata por el mismo MORENA, a dirigir la alcaldía de Miguel Hidalgo, cuestión que tiene sentido si se considera que esa demarcación es una de las que genera mayor plusvalía en la ciudad y donde existe un gran número de proyectos urbanos, además es de las que cuentan con

¹⁰⁵ Agencia de Noticias Enlace Jurídico, 2016. *Elvira Daniel es candidata a Constituyente*. 21 de abril 2016. En Enlace jurídico <http://www.enlacejudicio.com/2016/04/21/elvira-daniel-es-candidata-a-constituyente-cdmx/> Consultada Junio 2016.

¹⁰⁶ Gobierno de México. Elvira Daniel Kabbaz. <https://www.gob.mx/cenagas/estructuras/lic-elvira-daniel-kabbaz-zaga> Consultada en agosto 2019.

mayor poder adquisitivo, es quizá por eso que la anterior delegación es gobernada por el panismo que se identifica mucho más con sectores empresariales y personas de altos recursos. Por lo que pretender la apuesta de Daniel Kabbaz a esa alcaldía representaba también para MORENA un acercamiento a las élites empresariales. Aunque no se consolidó la candidatura, sí surgió un acercamiento con los sectores del panismo más allegados a las estructuras urbanísticas de la demarcación como lo es Manuel Espino, quien se unió a la campaña de López Obrador en medio de la campaña presidencial del 2012, este acercamiento, según fuentes periodísticas, es en gran medida gracias a la intermediación del grupo urbano de Danhos.

El PRD, desde la fragmentación con López Obrador, el surgimiento de MORENA como partido y su crecimiento en la ciudad, ha acusado a este partido de que, durante la gestión del mismo Andrés Manuel, se favoreció a la empresa Danhos durante su gestión en el Distrito Federal. Además de que ella junto con su familia se les evidenció como financiadores la campaña presidencial de López Obrador en el 2006¹⁰⁷, o al menos de brindar donativos al candidato entonces perredista¹⁰⁸. Elvira, que estudió Derecho y un posgrado en la Universidad Anáhuac, se ha mantenido siempre a favor de la inversión inmobiliaria, incluso menciona que ella invitó a varias empresas a participar en la remodelación del centro histórico durante el periodo en que fungió como funcionaria pública¹⁰⁹.

Elvira Daniel, que también colaboró con AMLO en las elecciones presidenciales de 2012, y colabora con el actual gobierno federal en la dirección del Centro Nacional de Control de Gas Natural (CENEGAS) desde 2018. A pesar de estar dentro del rubro político, no ha dejado de participar en la empresa Danhos, por el contrario, se ha mantenido activa en la empresa, tanto así que en la propia información que emite el Gobierno de México, se expone que Elvira Daniel:

¹⁰⁷ SDP Denuncia EL Universal que GDF financió con 100 millones de pesos a AMLO. En SDP Noticias 28 de agosto 2012. <http://www.sdpnoticias.com/nacional/2012/08/28/denuncia-el-universal-que-gdf-financio-con-100-millones-de-pesos-a-amlo> Consultada abril 2016.

¹⁰⁸ Romero, Octavio. 2012. *Los nombres claves de los "donativos"* En El Universal 28 de agosto 2012. <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/866779.html> Consultada abril 2016.

¹⁰⁹ Valencia, Sonya. 2003. *Elvira Daniel, una mujer comprometida*. 12 de octubre 2003 En El Universal <http://archivo.eluniversal.com.mx/estilos/30895.html> Consultada abril 2016.

“Paralelamente, en el sector privado, creó la Dirección de Comunicación y Mercadotecnia en Grupo Danhos y se reincorporó al área legal como coordinadora y asesora de la Fibra Danhos (empresa privada de cotización pública). Desde 2013 es miembro del Comité Técnico de la Fibra y directora de la empresa de comunicación y marketing”¹¹⁰.

Empero, el brazo o alianza política de Danhos no es solo con MORENA, sino que continúa teniendo una estrecha relación con el perredismo y, en particular, con el gobierno de Miguel Ángel Mancera. Después de los desastres causados por los sismos de septiembre de 2017, se anunció un plan de reconstrucción de la ciudad, en el que está inserta la familia Kabbaz, esto a través de una asociación denominada Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI), que preside Salvador Daniel Kabbaz Saga, y en la que está también involucrado Javier Sordo Madaleno, otro prominente empresario urbano involucrado en centros comerciales desde el inicio de construcción de estos, además de que también es señalaba como uno de los empresarios beneficiados durante el sexenio de Miguel Ángel Mancera¹¹¹.

El inversor urbano, entonces, siempre debe ir de la mano con el sector político con quien establece lazos intrínsecos más allá de ideologías o partidos, con esto asegura mayores beneficios. Los desastres detonados por los sismos de septiembre lo volvieron a evidenciar, pues Danhos en conjunto con otros empresarios, pudieron “aprovechar” para generar una mayor renta y obtener más plusvalor. La mayoría de los daños que se provocaron en la ciudad fueron en zonas de un nivel adquisitivo medio alto, donde por la antigüedad de las edificaciones ha resultado difícil realizar grandes inversiones urbanas, en especial centros comerciales, por lo que el desastre ha abierto la puerta a que exista al menos una entrada de inversión. Además de que el gran empresario se verá beneficiado de la

¹¹⁰ Gobierno de México. Elvira Daniel Kabbaz. <https://www.gob.mx/cenagas/estructuras/lic-elvira-daniel-kabbaz-zaga> Consultada en agosto 2019.

¹¹¹ La Silla Rota. 27 de septiembre de 2017 <https://lasillarota.com/metropoli/mancera-da-reconstruccion-a-depredadores-de-la-cdmx-sismo-cdmx-adi/179294> y Flores, Linaloe. 2017. *Las 4 más beneficiadas del “boom” inmobiliario de Mancera ya están apuntadas en la reconstrucción. 9 de octubre de 2017.* <http://www.sinembargo.mx/09-10-2017/3323575> Consultadas julio 2018.

necesidad de un sector de la población de acceder a una vivienda o de buscar un lugar seguro donde radicar, ante lo cual los precios de renta se verán disparados ya que la oferta será superada por la demanda.

Aunado al gran capital, las repercusiones sísmicas en la ciudad de México provocaron que también el dueño de cualquier inmueble aumentará su capital, ya que las rentas de casi cualquier departamento, en zonas siniestradas o no, aumentaron hasta en un 60 %, si en la zona no se presentaron daños mayores el aumento puede ser mayor. Aunque aparentemente, a partir del sismo, se buscarán tener mayores controles de construcción además de que se provocará que todos tengan tecnología antisísmica, aunque esto también generará un nuevo encarecimiento pues se le venderá al comprador una seguridad que en realidad no se sabe si se está cumpliendo o no pero que además debería ser obligatoria cubrirla por el constructor.

Con el paso del tiempo, la historia nos ha enseñado que las políticas, normativas y limitantes se olvidan, así que posteriormente se podrá apreciar si el endurecimiento gubernamental para permitir nuevas construcciones se sigue cumpliendo o queda en el olvido para beneficio del sector empresarial urbano y que este pueda seguir construyendo la ciudad según sus intereses.

Estas relaciones entre el sector político y económico, así como los planes de reconstrucción, se demuestra nuevamente que, al menos en el centro del país, se construye dependiendo los intereses del inversor inmobiliario y no de las necesidades de la ciudad ni mucho menos se tienen considerados los riesgos potenciales, además de que tampoco se cumplen las normativas básicas de construcción, o incluso, como se ha mencionado, se modifican las leyes o reglamentaciones para beneficio del gran capital.

Al dejar a cargo del empresariado el construir la ciudad se puede provocar otro fenómeno que es la eliminación de ciertas actividades comerciales que podían nombrarse como tradicionales, como pueden ser desde arreglo de ropa, de aparatos electrónicos o incluso de entretenimiento, pues al subir las rentas deben subir los precios de todos los productos ofertados, lo que ocasiona que la antigua actividad

no pueda competir ni sobrevivir, tal como ha ocurrido en el centro histórico de la ciudad de México con el cierre de algunas cantinas y librerías que han tenido que cerrar ya sea porque el dueño tiene otra propuesta más lucrativa o porque el elevado costo de las rentas imposibilita seguir con el mismo producto. También se ha visto el cierre de talleres de reparación de ropa o calzado, de aparatos eléctricos, entre varios más. Aunque esto no ha sido producto de la actividad de los centros comerciales, pero sí es producto de la construcción de una ciudad neoliberal en la que en todos los puntos de la ciudad se vuelve a construir un espacio acorde con los intereses de los grandes capitales.

Una sociedad caracterizada por la búsqueda del consumo, el encarecimiento del suelo y de los productos, así como las pérdidas de distintas actividades, construyen y son construidas por un nuevo espacio en el que todo lo anterior se convierte en parte de la cotidianidad que a su vez ha sido impulsada en gran medida por el poder económico y político. La cercanía entre Danhos y AMLO sigue de manifiesto ya en el sexenio actual (2018-2024), ya que el Gobierno de la República mudó a uno de los edificios de Danhos, localizado en el centro comercial El Toreo, algunas de las oficinas de la Secretaría de Comunicaciones¹¹².

Danhos, y en general todo el sector urbano comercial, han tenido un fuerte impulso desde la gubernatura de López Obrador, etapa en la que Danhos construyó o tramitó los permisos correspondientes para sus principales desarrollos como lo son: Parque Alameda; Parque Delta y Reforma 222. Aunque los supuestos beneficios del gobierno capitalino a Danhos continuaron durante la administración de Marcelo Ebrard con el intento de construir una de las obras más grandes con una de las mayores inversiones en la historia del país que es el proyecto de Torre Bicentenario y Torre Virreyes, durante todo el tiempo que duró el intento de que se aceptara el proyecto de construcción se evidenció una cierta relación entre la empresa y gobierno local, aunque las dos primeras tuvieron que ser canceladas. La primera debido a que, entre otras cosas, se trataba de erigir en un edificio propiedad de

¹¹² Staff. 2019. *Renta la SCT edificios a allegados de AMLO*. En *Luces del Siglo*. 27 de mayo de 2019. <https://lucsdelsiglo.com/2019/05/27/renta-la-sct-edificio-de-allegados-de-amlo/> Consultada en agosto 2019.

Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), el Súper Servicio Lomas, que tenía un valor artístico según en INBA, y que aparentemente ya tenía en 2007 un proceso de demolición que se detuvo debido al litigio que mantuvieron el instituto y Danhos.

Este predio se localiza cerca del Bosque de Chapultepec donde incluso tendría una parte del estacionamiento subterráneo, por este motivo es que el proyecto recibió múltiples quejas de vecinos y organizaciones civiles que resguardan el bosque. Además, se mencionaba que el uso de suelo en esa zona de la ciudad permitía una altura máxima de 6 pisos, aunque en esa misma delegación está la llamada Torre Pemex que tiene más de 200 metros de altura.

Para la construcción de la Torre Bicentenario se tenían ya aseguradas varias alianzas empresariales Danhos ya había gestionado el apoyo de la empresa española Pontegeada, dirigida por Amacio Ortega Gaona, una de las personas más ricas del mundo junto con Bill Gates y Carlos Slim, es dueño y fue presidente de también de la empresa textil Inditex, que tiene como parte de su consorcio a las tiendas *Zara*¹¹³, *Pull and Bear*, *Massimo Dutí*, entre otras. Pontegeada es una empresa inmobiliaria que ha sido partícipe en la reconstrucción urbana de Madrid y Barcelona, además que tiene edificaciones en otras ciudades europeas como París, Berlín y Roma, en donde también efectúa especulación inmobiliaria con la compraventa de varios edificios antiguos. Pontegeada y Danhos se aliaron para conformar el Corporativo Pedregal Hispamex que sería el encargado de edificar la Torre.

El proyecto de la Torre Bicentenario se convirtió en un asunto político entre el gobierno federal y el local a pesar de que en un primer momento ambos impulsaron el proyecto, incluso fue Felipe Calderón, entonces presidente de México del Partido Acción Nacional (PAN), quien intercedió ante Ortega Gaona en favor de Danhos. Posteriormente se hizo evidente los conflictos entre el PAN y el Partido de la Revolución Democrática (PRD) que gobernaba el Distrito Federal con Marcelo Ebrard, que era uno de los más grandes impulsores de la Torre Bicentenario.

¹¹³ La Redacción. 2007. *La Torre Abolida*. En Proceso <http://www.proceso.com.mx/92066/la-torre-abolida> Consultada abril 2006.

Acción Nacional culpó al gobierno del Distrito Federal de modificar los usos de suelo de manera parcial y de tener intereses con las inmobiliarias¹¹⁴, Marcelo Ebrard, trató de defender el proyecto e incluso se ofreció para entablar diálogo con los vecinos opositores que aparentemente estaban liderados por la jefa delegación Gabriela Cuevas que es del Partido Acción Nacional, y que rechazó múltiples ocasiones el proyecto con el pretexto de que afectaría a distintas colonias de la enmarcación que ella dirigía y la eliminación de una colonia habitacional, además del litigio con el INBA, se tuvo el rechazo de la población vecina que se manifestaron mediante una consulta ciudadana que se aplicó del 6 al 20 de agosto de 2007, en la que el 94 % de los votantes (poco más de 6000) rechazaba la obra¹¹⁵. La consulta fue impulsada por la delegada de esa demarcación, la entonces panista Gabriela Cuevas (hoy diputada por MORENA), a quien el gobierno capitalino acusó de influir en el resultado final del ejercicio. A finales de septiembre de 2007 se anunció la cancelación del proyecto Torre Bicentenario. Danhos mencionó que no existían las condiciones necesarias para realizar una inversión tan grande, mientras que Marcelo Ebrard mencionó que era imposible la construcción mientras el terreno siguiera en litigio, además de que precisó que él y la asamblea legislativa ya consideraban otros predios para relanzar el proyecto¹¹⁶. Aunque se consideraron diferentes predios para su edificación en las delegaciones Tlalpan, Benito Juárez, Azcapotzalco y Gustavo A. Madero que fue la entidad que más cerca estuvo de concretar este proyecto¹¹⁷ aunque finalmente este nunca se realizó. Ebrard también aceptó que entre las opciones consideraban modificar el proyecto original y hacerlo más pequeño que fue lo que al final ocurrió.

En el sexenio del panista Felipe Calderón (2006-2012) afloraron los permisos para la construcción urbana así como las alianzas empresariales fomentadas por el mismo sector gubernamental con el empresariado español, la de la Torre

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ La Redacción *Ebrard ofrece dialogar con opositores a la torre Bicentenario*. En Proceso 19 agosto de 2007. <http://www.proceso.com.mx/210015/ebard-ofrece-dialogar-con-opositores-a-la-torre-bicentenario> Consultada en abril 2016.

¹¹⁶ Gómez Nayeli. 2007. *Pierde Ebrard: canceló su Torre Bicentenario*. En Crónica 28 de septiembre de 2007. <http://www.cronica.com.mx/notas/2007/325090.html> Consultada en abril 2016.

¹¹⁷ En portal EDEMEX http://www.edemx.com/citymex/fascacielos/T_bi100.html Consultada en abril 2016.

Bicentenario fue prácticamente el único edificio que fue cancelado, según la versión oficial, por no cumplir con los lineamientos requeridos¹¹⁸, empero, influyó directamente la oposición que hicieron sectores de la sociedad de niveles altos de la economía que se movilizaron de diversas formas para frenar el proyecto.

A pesar de la cancelación del proyecto bicentenario, la empresa inmobiliaria continuó con el litigio por la propiedad del terreno el que finalmente le ganó al INBA mediante un amparo que dejó sin efecto los argumentos del INBA, por lo que el del Super Servicio Lomas, que fue parcialmente destruido en 2011¹¹⁹. Cuando esto ocurrió se estableció un nuevo proyecto en ese lugar: Torre Virreyes, aunque este es prácticamente la mitad de altura de lo que fue el proyecto original, su diseño fue pensado para que pareciera también la mitad de lo que se pensaba sería la Torre Bicentenario. Este nuevo rascacielos ya no tuvo la inversión de las empresas españolas.

La Torre Virreyes es a pesar de todo una de las construcciones insignias de Danhos, y que más retribución económica les ha otorgado. Torre Virreyes se inauguró en 2014 y fue considerado en 2015 uno de los mejores rascacielos del mundo, incluso estuvo postulada como una de las mejores construcciones a nivel mundial¹²⁰ debido a la alta tecnología que utilizó y la modernidad de su arquitectura. Esta torre es una de las principales apuestas de Danhos para la inversión en la bolsa de valores, además es uno de los primeros edificios en México que obtienen la certificación internacional LEED Platino¹²¹ que ningún otro edificio en México lo tiene y que se otorga cuando un edificio es sustentable y permite usar de forma eficiente los recursos naturales.

¹¹⁸ La Redacción. *El panismo avala la conquista*. En Proceso 13 de enero 2008.

<http://www.proceso.com.mx/90694/el-panismo-avala-la-reconquista> Consultada en abril 2016.

¹¹⁹ Ruiz Joel. 2011. *El apoyado Grupo Danhos*. En Crónica 7 de febrero 2011.

<http://www.cronica.com.mx/notas/2011/559065.html> Consultada en abril 2016.

¹²⁰ Redacción Obras. *Torre Virreyes entre los mejores rascacielos del mundo*. En Obras Web 6 de julio 2015.

<http://www.obrasweb.mx/arquitectura/2015/07/07/torre-virreyes-entre-los-mejores-rascacielos-del-mundo> Consultada en abril 2016.

¹²¹ Tapia, Patricia. 2013. *Torre Virreyes y Toreo, la apuesta de Fibra Danhos*. En Grupo Milenio 12 de octubre 2013. http://www.milenio.com/negocios/Torre-Virreyes-Toreo-Fibra-Danhos_0_170383110.html

Consultada en abril 2016.

4.2 El camino urbano de Danhos

Danhos inicia operaciones en el año 1976 pero su primera construcción fue hasta 1989, un centro comercial llamado Parque Virreyes. Esta tiene la característica de ser el inmueble de menor dimensión territorial de la empresa con 215,000 metros cuadrados. La plaza funciona con cierto éxito y Danhos continúa durante la década de 1990 tratando de invertir en diferentes proyectos, aunque es hasta el final de esa década cuando iniciará realmente su despunte como empresa urbana, en el año 2000 construye el desarrollo urbano bajo su firma: Parque Esmeralda, con casi el doble de extensión territorial que la primera con 404,000 metros cuadrados, el cual tiene tres torres de oficinas y departamentos y un espacio comercial, este se localiza sobre la avenida Insurgentes Sur. Casi al mismo edifica Parque Alameda con la que diversifica su entonces portafolio al construir también un hotel. Este será un parteaguas para la inmobiliaria ya que a partir de ese momento adquiere importancia en el sector de la construcción.

En el año 2000 Danhos realizó una importante apuesta inmobiliaria no solo por la magnitud de la obra sino por la ubicación ya que se realiza en el centro de la Ciudad de México, a un costado de la plaza Alameda, esto se da como parte del programa del Gobierno del Distrito Federal de *Rescate del Centro Histórico y el Corredor Turístico Reforma-Alameda*, de la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal. Dicho programa inició durante la administración de Andrés Manuel López Obrador (2000-2006), tenía como uno de sus objetivos el frenar el avance descontrolado de la ciudad y una reinversión en la zona central de la ciudad, en especial en las delegaciones Cuauhtémoc, Venustiano Carranza y Miguel Hidalgo, para esto se crea el *Programa de Corredores Turísticos y Culturales del Distrito Federal*, que se pretendían tuviera inversión privada y pública para así generar zonas de inversión y propiciar el desarrollo económico de las zonas, aunque el real y verdadero protagonista es el sector privado, ya que el sector público aparece solo

como apoyo¹²². Bajo este marco es que diferentes urbanizadoras comenzaron a generar proyectos para esas zonas.

Con estos programas el gobierno del Distrito Federal había aprobado 21 grandes proyectos inmobiliarios hasta 2005, de ellos dos son inversiones de Danhos, Parque Alameda y el otro fue Reforma 222. El primero es un centro comercial pequeño, sin tienda ancla y con 35 locales comerciales, los principales de cafetería o alimentos, posteriormente se instaló un centro de apuestas Yak, junto a la plaza y en el mismo predio la inmobiliaria construyó el Hotel Fiesta Inn. Aunque las obras del primer proyecto comenzaron mucho antes, la construcción del hotel inició en agosto de 1998, cuando el jefe de gobierno era Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano (PRD).

Además de estos proyectos Danhos construía a la par un conjunto habitacional localizado en la calle Luis Moya 101, en el que también habría más de cien locales comerciales y arriba de estos departamentos de interés social¹²³. Aunque esta construcción se vio envuelta en conflictos debido a que en el año 2000 habitantes de la zona y que serían los beneficiados de la construcción de los departamentos acusaban que no se habían respetado los convenios y que solo se habían construido los espacios comerciales, por su parte Danhos justificó el incumplimiento al decir que el precio excedía las capacidades económicas de los beneficiados¹²⁴, finalmente el edificio fue construido. Mientras que la plaza Parque Alameda fue inaugurada por López Obrador en 2003¹²⁵. Posteriormente en 2005 el gobierno del Distrito Federal le otorgó a la empresa IDS S.A. de C. V¹²⁶. la concesión de un terreno que forma parte del mismo predio que ocupan el hotel y el centro comercial, esto es mediante la aplicación del Sistema de Transferencia de Potencialidades de

¹²² *Corredor turístico Financiero Reforma-Centro histórico*. En Ptolomeo http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/491/A6_CAP3.pdf?sequenc e=6 Consultada en enero 2017.

¹²³ Alcántara, Liliana, 2000. *Inicia remodelación en La Alameda*. En El Universal 16 de febrero 2000. <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/7415.html> Consultada enero 2017.

¹²⁴ García Beatriz. 2000. *Cumplir convenio de vivienda, exigen*. En El Universal 26 de septiembre 2000. <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/15782.html> Consultada enero 2017

¹²⁵ Notimex. *Inaugura López Obrador plaza comercial La Alameda*. En El universal 27 de noviembre 2002 <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/105018.html> Consultada enero 2017.

¹²⁶ No se localizaron más indicios de esta empresa, aunque tiene misma fecha de constitución y administración que Danhos.

Desarrollo Urbano, a cambio de la conformación de un fideicomiso y de la aportación de 1,390,051 pesos, el predio debería tener como finalidad la construcción de hasta 930 metros cuadrados adicionales a los permitidos en el Plan Urbano de la delegación¹²⁷, esto es debido a que presumiblemente el predio se encontraba dividido en dos partes y en ese momento se unificó.

Estos proyectos son, según la propia empresa, resultado de una estrecha relación entre ellos y el gobierno capitalino, ya que Danhos fue invitado a invertir en esta parte de la ciudad como parte del proyecto de rescate de centro histórico¹²⁸. Esta edificación es parte de las remodelaciones centrales de este proyecto, ya que se localiza frente al parque de La Alameda central, que fue remodelado en conjunto con las calles y otras edificaciones cercanas. Todas estas nuevas o remodeladas construcciones son con el propósito de mejorar la imagen urbana y de solucionar conflictos como la inseguridad que es típica de esa zona, todo esto como parte del programa *El corazón de la ciudad está en el centro*.

Este tipo de programas pone de manifiesto que el paisaje urbano es un elemento esencial para el sistema gubernamental y para las empresas constructoras, pues donde se cree que hace falta una regeneración social, se intenta invertir en el ámbito urbano comercial, ya sean centros comerciales, hoteles o centros financieros. Un argumento constante de las autoridades es la generación de empleo desde la construcción o regeneración urbana, este tema es completamente cierto, aunque también lo es que son trabajos precarios que carecen de seguridad social ya que son temporales y en algunos casos sin ningún tipo de prestaciones. Además de que con ese tipo de urbanizaciones se pretende la aniquilación de problemas como la desintegración social y urbana, así como la falta o mala calidad en los servicios de transporte público.

Empresa y gobierno trabajan cada uno por sus propios beneficios y buscan cumplir objetivos particulares. El gobierno intenta obtener capital político bajo los

¹²⁷ Gaceta Oficial del Distrito Federal, 30 septiembre 2005. P 4-8.

http://www.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetitas/septiembre05_30_115.pdf

¹²⁸ Portal Danhos <http://www.danhos.com.mx/index.php/uso-mixto/11-centros-comerciales/56-parque-alameda> Consultada abril 2017.

estándares de hacer una ciudad competitiva, por lo que el aspecto urbano es lo más visible, es por ello que permitir o incentivar diversas construcciones le permitirá difundir la idea de que se está trabajando en pro de la ciudadanía, que se está generando empleo y mejorando la zona con nuevas edificaciones. Esto a su vez genera mayor inversión del sector privado que buscan mejorar las vías de comunicación o invertir en transporte público.

Por su parte el sector constructor está completamente ajeno a cualquier sistema partidista, político o, como se mencionó arriba, a cualquier ideología. Ellos simplemente se alían al partido político o gobierno que mayores beneficios económicos les otorguen. Aunque en apariencia el discurso que se maneja suele ser de empresa responsable y que busca el bienestar social y contribuir a la solución de conflictos urbanos.

Con este manejo del discurso es que Danhos ha edificado diversas urbanizaciones en los últimos cinco años, las que han entrado en vigor durante el periodo del segundo semestre del 2015 y el 2016, entre ellas Torre Virreyes, las Torres B y C del proyecto del Toreo, además de las expansiones de Delta y Tezontle, además que entran en funcionamiento algunos sectores de El Toreo. Con la incorporación de estas edificaciones pueden vender y rentar oficinas o locales comerciales, por lo que aún antes de entrar en funcionamiento representan ya una ganancia para la empresa. Así entonces durante el primer trimestre de 2016 Fibra Danhos aumentó sus ganancias en un 43.3% con respecto al mismo periodo del 2015. Mientras que, por el concepto de renta variable, si se consideran solo las nuevas urbanizaciones, la empresa obtuvo un alza en sus ganancias de 8.2% durante el mismo periodo del 2016; mientras que en las construcciones ya existentes también tuvieron incrementos del 5.6%. Este último es resultado del incremento en la renta de los centros comerciales ya existentes como Delta, Reforma y Tezontle¹²⁹.

En este panorama es Parque Virreyes la construcción que menos ingresos le reditúa a la empresa además de ser la que no solo no ha crecido, sino que ha representado

¹²⁹En portal Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/1T16.compressed.pdf>
Consultada abril 2017.

una disminución en sus ganancias de más del 13%, mientras que Parque Lindavista (de la que se hablará brevemente adelante), Reforma 222 y Delta son las tres construcciones que más plusvalía les otorgan con más de 40 millones de pesos al trimestre¹³⁰. Mientras que los rubros que más retribución le brinda a la empresa es el de tienda departamental y entretenimiento que le otorga el 18% de sus ingresos cada una, seguido del sector alimentos con un 12%¹³¹.

En la segunda mitad de la década del 2000 se inauguraron las plazas comerciales más grandes e importantes de Danhos, las que le han permitido incorporarse por completo al mercado de los centros comerciales, además de que también diversifica su oferta con otro tipo de construcciones como hoteles, hospitales y oficinas. La oferta de Danhos trata siempre de tener algo diferente, aunque en esencia sus construcciones son similares, hacia el interior intentan imponer aspectos novedosos y atractivos para el posible mercado, con esto se hace ver como una empresa arriesgada en la inversión y novedosa en la oferta. Parque Delta que se inaugura en 2005 es una donde intenta imponer un nuevo sello con distintas ofertas al conjuntar dos tiendas anclas distintas.

En 2006 Danhos construye Parque Lindavista, con lo que abre una nueva oferta para los habitantes del norte de la ciudad. para la construcción de este edificio la empresa tuvo que realizar diversas negociaciones con el gobierno local, ya que está edificado en dos predios distintos que eran propiedad del gobierno del Distrito Federal y ahora están conectados por un estacionamiento subterráneo y dos puentes, además de que en un terreno adyacente se construyó un hospital que fue premiado como la mejor construcción de ese año 2006¹³². Sin embargo con esta obra se le acusó a la empresa de no cumplir con lo establecido con el gobierno en materia de realizar infraestructura, ya que como parte de los compromisos Danhos

¹³⁰ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/1T16.compressed.pdf> Consultada abril 2017.

¹³¹ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/1T16.compressed.pdf> Consultada abril 2017.

¹³² En Fibra Danhos <http://www.danhos.com.mx/index.php/comercial/11-centros-comerciales/59-parque-lindavista> y <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/mercado-inmobiliario/comercial/13187-fibra-danhos> Consultada abril 2017.

debía realizar adecuaciones viales sobre las principales avenidas para mitigar los efectos de sus construcciones, aunque en voz de Gamboa de Buen, estas no se realizaron pero sí cumplieron con un pago en efectivo con el que se pretendía, mientras que el responsable de Obras de la delegación Gustavo A. Madero mencionó que en efecto la empresa pagó poco más de 50 millones de pesos para obra de mitigación, infraestructura de servicios y de mitigación vial¹³³, este programa de pagos se realizó dentro del programa Revolución Administrativa que impulsó López Obrador y que pretendía disminuir la tramitología legal en la ciudad.

Para 2007 Danhos vuelta a diversificar su oferta e inaugura Parque Tezontle, esta se convirtió en el centro comercial más grande de la zona oriente de la ciudad al estar localizada en una de las entidades administrativas con mayor cantidad de población en el país que es la delegación Iztapalapa. En todos sus centros comerciales, a excepción de Alameda, la tienda ancla es Liverpool lo que también tendrá un aspecto importante ya que, si esto se relaciona con la ubicación, se aprecia que cercano a todos los centros comerciales de Danhos no existe otra tienda similar, por lo que puede acceder a un mayor mercado.

También en 2007 se abre al público la ya mencionada Reforma 222, en la que la empresa pretende incluir el modelo mixto de vivienda y comercio en el mismo predio. La construcción del complejo Reforma 222, le generó a la empresa Danhos adquirir reconocimiento lo que a su vez le permitió la posibilidad de expandirse como empresa, ya que según Jorge Gamboa de Buen, actual Director de Desarrollo de Negocios, con ese proyecto se dio inicio a una nueva etapa en la construcción en México y es el mezclar diversas ofertas en una misma unidad territorial o, como él mismo lo llama, los usos mixtos urbanos¹³⁴, ya que Incluyen en el mismo predio un centro comercial de tres niveles, dos torres de departamentos y una más de oficinas. Según los desarrolladores el logro fue crear una microciudad que contó con un éxito total desde antes de la inauguración ya que la mayoría de los locales del centro

¹³³ Pantoja, Sara. 2007 *Parque Lindavista, otro foco de inconformidad*. En El Universal 7 de septiembre 2007. <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/86491.html> Consultada abril 2016

¹³⁴ En el portal Grupo en Concreto <http://www.grupoenconcreto.com/2015/05/usos-mixtos-son-lo-inn-jorge-gamboa-de-buen/> Consultada abril 2016.

comercial y de los departamentos fueron vendidos casi en su totalidad desde tiempo atrás¹³⁵. Gamboa menciona además que este tipo de proyectos “espantaba” a los empresarios debido a que se tenía la costumbre de localizar oficinas, viviendas y comercios por separado, por lo que no era sencillo unificarlos y que el consumidor lo aceptara, aunado a que “la convivencia no es fácil, tanta gente, tantos dueños...usos muy mezclados en el tema de comunión”¹³⁶. Danhos tenía la posibilidad de invertir en otras ciudades como Cancún y Los Cabos, sin embargo, se decidieron por Reforma debido a las ofertas del gobierno del Distrito Federal de mejorar las vialidades, construcciones aledañas, alumbrado, además de los estímulos fiscales que se les ofreció¹³⁷.

En apariencia, si se sigue la versión de Gamboa de Buen, significaría que la edificación de Reforma 222 va en contra de la tendencia actual urbana que la de desarticular la ciudad y construir urbanismos defensivos, sin embargo, en realidad este tipo de construcciones funcionan precisamente para desarticular la ciudad y como un urbanismo defensivo, pues lo que se hace es romper con el exterior y generar una unidad urbana que tenga todo lo necesario para vivir. Como afirma Danhos es difícil la convivencia de sectores sociales dispares, sin embargo, en Reforma 222, lo que no existe es una disparidad en sectores sociales, ya que los departamentos, las oficinas y centro comercial están destinados a un sector social específico el que se procura que se relacione hacia el interior y que su interrelación hacia el exterior sea mínima. Aunque la construcción del complejo sí cuenta con una integración urbana con la zona circundante por lo que no rompe de tajo con el paisaje urbano debido a que las edificaciones sobre avenida reforma tienden hacia los grandes rascacielos y a una integración financiera y comercial que rompe completamente con el urbanismo histórico de esa zona de la ciudad. La unificación

¹³⁵ El Universal. *Abre sus puertas Reforma 222*. En El Universal 2 de noviembre 2007. <http://archivo.eluniversal.com.mx/estilos/55806.html> Consultada junio 2015

¹³⁶ En Grupo concreto <http://www.grupoenconcreto.com/2015/05/usos-mixtos-son-lo-inn-jorge-gamboa-de-buen/> Consultada abril 2016

¹³⁷ Notimex. *Invertirán 120 mdd en el corredor Reforma del DF*. En El Universal 15 de octubre de 2001 <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/27395.html> Consultada abril 2016.

189

de las actividades en un solo espacio territorial ayuda también a romper con la especialización comercial que existía.

A partir de Reforma 222, la oferta e inversión de Danhos creció para convertirse en una de las principales urbanizadoras al menos en la Ciudad de México. La localización en sus construcciones se convierte en un tema fundamental para el éxito que ha tenido la empresa. Los centros comerciales que construye Danhos tienen, según la empresa, una localización estratégica, en la que buscan tener acceso por las vías primarias de comunicación además de que sea una zona conectada por el transporte público para facilitar el acceso, además de que se considera que se trate de una zona densamente poblada con una población circundante que predominen los sectores económicos medios y medios altos (mapa 11). Esto garantiza un alto flujo de visitantes y que se realicen ventas por lo que las tiendas obtengan grandes ganancias, esto a su vez garantiza que las tiendas que se coloquen al interior de las plazas sean de prestigio.

Posteriormente es que Danhos presenta el proyecto ya mencionado de Torre Bicentenario que termina por convertirse en Torre Virreyes. Que es una de las principales ofertas y más arriesgadas inversiones. La Torre Bicentenario, aunque no se concretó sí puso a Danhos como una de las inversoras más consolidadas del rubro urbano.

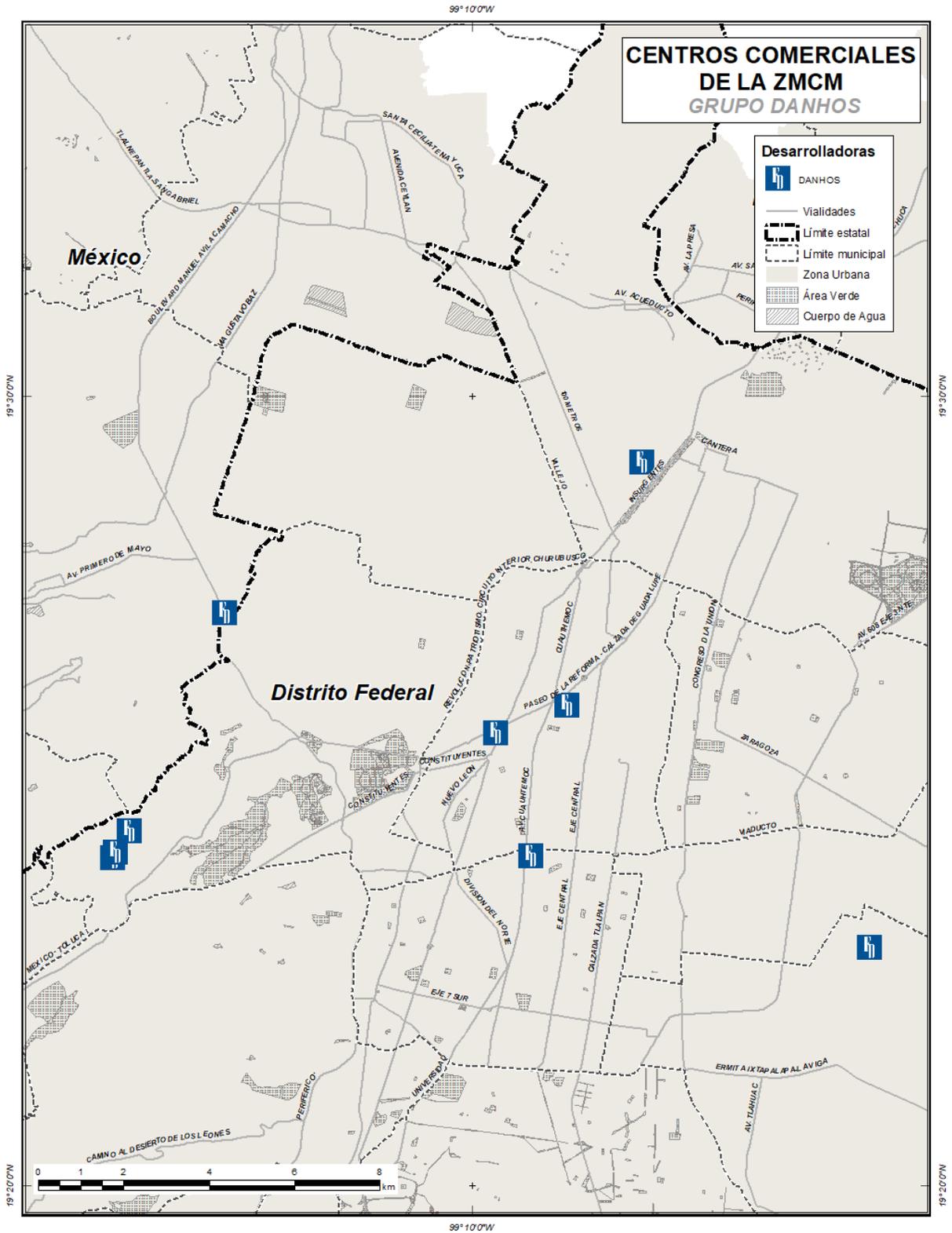
La Torre Bicentenario se muestra como una evidencia del alcance e importancia que tiene Danhos en el país, ya que con ese proyecto la empresa pudo asociarse con los círculos cercanos de las personas de mayor nivel adquisitivo en el mundo. Esto es gracias a su solidez financiera y prestigio que han construido. Además de que han tenido la posibilidad de aliarse con los diferentes niveles de gobierno, federal y local. Es entonces una empresa inmobiliaria que trabaja de cerca con los sectores más importantes de la política y económica del país. Las alianzas de Danhos demuestran que el trabajo empresarial va mucho más allá de la ideología o del partidismo por lo que se muestra también que en la etapa neoliberal en la que se vive lo que más importa es la obtención de ganancias económicas, mientras que para los gobiernos la construcción de torres o de urbanizaciones llamativas e

imponentes imprime en la ciudad una cualidad de competitividad y le dota de prestigio a nivel mundial. Así también lo acepta y destaca Gamboa de Buen que, en el marco del debate que se suscitó en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal con motivo de la construcción de la Torre Bicentenario, dijo que “había una correlación muy estricta entre la construcción de edificios y la prosperidad económica de una ciudad”¹³⁸.

Esto demuestra que dentro de los parámetros neoliberales el crecimiento de la ciudad, a lo horizontal y vertical, y la generación de ganancias económicas está muy por encima de cualquier otro aspecto como el ambiental o el cultural, aunque en ocasiones estos son tomados como estandartes de algunos sectores políticos que en apariencia lo que buscan es beneficio propio y partidista. En el caso de la Torre es también evidente que se hicieron negociaciones completamente partidistas, ya que había sido el propio presidente en funciones, el panista Felipe Calderón, quien cabildeó el apoyo de Amacio Arteaga para la construcción de la Torre pero en el momento en que existieron discrepancias políticas entre dos niveles de gobierno dirigidas por intereses partidistas distintos, la negociación se rompió, pues resultaba evidente que la cancelación de la obra afectaba a la empresa involucrada y al gobierno del Distrito Federal. En el aspecto político aparece la figura de un gobierno democrático que respeta la participación ciudadana y respeta las decisiones y opiniones que se viertan, así en la encuesta que se realizó, lo que buscaban los organizadores era que existiera un rechazo, pues las preguntas incluían opinión de si se debía o no respetar los edificios históricos, esta respuesta alcanzó también más del 90% de aceptación, aunque también se aceptaba que esos mismos edificios fueran demolidos si se llegase a concretar un proyecto que beneficiara a toda la comunidad. Además, se preguntó si se deseaba conmemorar los doscientos años de independencia con la construcción de un edificio o el mejoramiento de espacios públicos¹³⁹

¹³⁸ La Redacción. *Torre Bicentenario: niega Gamboa de Buen Acuerdos oscuros con GDF*. En Proceso 29 de agosto 2007. <http://www.proceso.com.mx/210790/torre-bicentenario-niega-gamboa-de-buen-acuerdos-oscuras-con-el-gdf> Consultada en mayo 2016.

¹³⁹ W Radio. *Rechaza 90% de los consultados Torre Bicentenario: Cuevas*. En W Radio. 27 de agosto 2007. http://wradio.com.mx/radio/2007/08/27/nacional/1188240120_472058.html Consultada en mayo 2016.



Mapa 11. Centros comerciales de la empresa Danhos

Con esto en la ciudadanía se crea un sentido de haber sido incluidos y escuchados, aunado a que se presenta un acercamiento con sus gobernantes. La simulación política democrática es una práctica común dentro del capitalismo neoliberal, con esto los gobernantes logran legitimidad y apoyo en sus luchas internas por la búsqueda de un mayor botín político. También es de resaltar lo atractivo que se ha convertido el sector inmobiliario para todos los inversores ya que en este apartado se ha hablado de dos empresas que se dedicaban al sector textil y que ahora se dedican al sector de la construcción con gran éxito.

Pero el paso de Danhos no termina con Virreyes, sino que realizó una nueva inversión a gran escala para construir otro gran complejo que es El Toreo, que también cuenta con centro comercial, hotel, departamentos, oficinas y hospital y cuya primera parte fue abierta en 2014. El Toreo está localizado en la frontera del Distrito Federal con el estado de México, en el municipio de Naucalpan al noreste de la ZMCM, por lo que esta se convirtió en una edificación característica en esa zona de la ciudad. El complejo está construido en un predio que fue durante mucho tiempo un ícono para las clases populares del norte de la ciudad desde su construcción en 1947. En 2008 comenzó la demolición del antiguo Toreo de Cuatro Caminos. Aparentemente la oferta que realizó Danhos a la familia propietaria del inmueble fue imposible de rechazar. El Toreo Parque Central se ha convertido, hasta el momento, en la edificación más grande e importante para esta urbanizadora con más de 46 mil metros cuadrados de terreno y más de 400 mil de construcción. Este complejo ganó en 2015 el Premio ADI como el mejor proyecto emblemático en el país. A su inauguración acudió el presidente Peña Nieto quien mencionó la importancia de seguir invirtiendo en este tipo de desarrollos en el país.

4.3 Danhos el cambio a la FIBRA

Danhos se ha convertido en 2012 en una FIBRA, lo que significa que es un Fideicomiso de Bienes Raíces, con lo que tiene actividad en la Bolsa Mexicana de Valores. Esto le permite también tener mayor acceso a financiamientos, préstamos o concesiones Tienen como objetivo impulsar el desarrollo inmobiliario al ofrecer una amplia gama de posibilidad de inversión, para así incluir a más inversionistas y

disminuir sus riesgos y maximizar sus ganancias. Las FIBRAS surgen en 2011, y son específicamente para financiar inmuebles que van a ser rentados, como los centros comerciales, su valor se obtiene de la mezcla entre la deuda y la plusvalía estimada, es así como cotiza en la bolsa mexicana y el éxito de una urbanización, su aumento de renta, potencializa las ganancias, además se basan en los llamados *retails* aunado a que en pro de que se beneficie la inversión, las figuras bursátiles están exentas del impuesto sobre la renta (ISR) ¹⁴⁰, que es una figura financiera en la que se apoya a un sector específico de la economía y que se vende o renta al mayoreo, como lo es el caso de los locales dentro de los sectores comerciales.

Como se aprecia, dentro de los sectores urbanos es común que los empresarios ideen y realicen figuras financieras mediante las cuales inyecten recursos a sus proyectos y logren adquirir mayores ganancias además de mitigar los riesgos a pesar de estar también sujetas a las variables internacionales como la fluctuación del dólar, aunque deben considerar solo un sector de inversión. Danhos está inscrito como de usos mixtos, por lo que puede incluir en su FIBRA a centros comerciales que estén relacionados con edificios u otro tipo de construcción, como es el caso de Reforma 222, es decir, no puede obtener recursos para todos sus complejos urbanos, además de que deben tener al menos el 70% de su portafolios incluido en la FIBRA. Aun así, pueden tener ayuda financiera para los desarrollos que más inversión requieren. Mediante estas figuras es que también se ingresa a los ahorros de las afores y otro tipo de inversiones.

En México ha sido notorio el éxito que, representado la aparición de las FIBRAS, esto se aprecia en las ganancias de cada una de ellas. Existen hasta el momento 12 de estas figuras, y desde el momento de su aparición han reeditado en 150% mientras que en la Bolsa Mexicana de Valores el rendimiento ha sido del 50%¹⁴¹. Esto representa una ganancia al triple desde que las empresas adquirieron estas figuras.

¹⁴⁰ Invitado Forbes. *Las Fibras como opción de inversión en México*. En Forbes. 26 de julio 2018.

<https://www.forbes.com.mx/los-fibras-como-opcion-de-inversion-en-mexico/> revisada julio de 2018

¹⁴¹ Ibid.

Las leyes mexicanas amparan esta forma de financiamiento siempre y cuando exista una institución de crédito mexicana que otorgue los certificados bursátiles, aunado a que debe distribuir el 95% del resultado fiscal entre todos los tenedores de los certificados, con esto los compromisos fiscales que quedan también se dividen entre todos los tenedores, así se libera la carga¹⁴².

En el momento de constituirse como tal, tenía como objetivo fundamental el obtener más recursos para llevar a cabo uno de sus más grandes proyectos como lo fue el complejo de El Toreo, así como concluir con la Torre Virreyes. Como Fibra, Danhos está obligada a distribuir anualmente al menos el 95% de su resultado fiscal y que el 70% de los activos estén invertidos en proyectos inmobiliarios¹⁴³. Esto significa que la empresa continuará su inversión en el desarrollo de la ciudad de manera constante y que tendrá la fluidez financiera para conseguirlo.

Según la empresa al convertirse en Fibra buscaba ofrecerle “rendimientos atractivos ajustados por riesgo para los Tenedores” para lo que buscan generar más proyectos icónicos en zonas donde se tenga o sea posible generar actividad comercial y empresarial robusta¹⁴⁴. Con la apertura de nuevos proyectos, en especial el de la ciudad de Puebla, busca ampliar sus zonas de influencia, así como ingresar a un mercado que está en constante crecimiento en especial por la inversión urbana que ha estado destinada principalmente hacia el urbanismo defensivo en Puebla. En la construcción de este nuevo desarrollo se realizó una nueva alianza entre empresarios, y que el terreno sobre el que se edificará era propiedad de José Chedraui Budib, que a cambio de donar el terreno familiar recibió acciones dentro de la empresa¹⁴⁵, por lo que ahora forma parte del comité técnico de manera independiente.

¹⁴² En Real Estate, <https://realestatemarket.com.mx/articulos/capital-markets/11684-el-regimen-fiscal-de-las-fibras-en-mexico> Consultada en julio de 2018

¹⁴³ En Bolsa Mexicana de Valores https://www.bmv.com.mx/docs-pub/eventore/eventore_642782_2.pdf Consultada en julio de 2018

¹⁴⁴ En Bolsa Mexicana de Valores https://www.bmv.com.mx/docs-pub/infotfe/infotfe_488136_17416-3_2013-03_1.pdf Consultada en julio de 2018.

¹⁴⁵ La Redacción El Popular. *Invierten 4mmdp en plaza comercial*. En El Popular <http://elpopular.mx/local/invierten-4mmdp-en-plaza-comercial/> Consultada en abril 2017.

La decisión de que Danhos se convirtiera en Fibra corresponde a la búsqueda de mayor capacidad y flexibilidad económica que le permitiera a la empresa generar nuevos proyectos, además de terminar los que tenía en ese momento que eran la Torre Virreyes y El Toreo. Esto ha sido una decisión acertada para la empresa ya que desde que Danhos se convierta en Fibra han aumentado en más del 50% el espacio rentable de sus propiedades. En 2016 la empresa tiene nuevos desarrollos proyectados con lo que su área rentable aumentará en alrededor del 27%.

La inversión en FIBRAS comienza en 2011 en el mercado bursátil, y permiten a los inversionistas ser dueños de diferentes inmuebles, como centros comerciales, hoteles y torres de oficinas o departamentos, que son rentados de manera trimestral, la primera en formarse fue Fibra Uno que contenía un portafolio amplio en centros comerciales y parques industriales, lo que constituye más de 6 millones de metros cuadrados de área rentable, que representa más del 44% del total de las Fibras¹⁴⁶.

Danhos al convertirse en FIBRA incluían cuatro centros comerciales y tres edificios¹⁴⁷, que son Delta, Reforma 222, Parque Tezontle y Parque Lindavista, lo que según la empresa eran las construcciones de clase premier, las más importantes y que más ganancias generaban. Ahora han incorporado más inmuebles a la Fibra, como lo es el Parque Puebla, con el que la empresa ejerce su primera ampliación de operaciones fuera de la ciudad de México. Este nuevo proyecto tendrá una inversión de 4 mil millones de pesos y fue inaugurado en septiembre de 2017, aunque su construcción se inició en noviembre de 2015¹⁴⁸.

El convertirse en fideicomiso es un gran atractivo para las empresas inmobiliarias porque pueden atraer un mayor número de inversores y generar alianzas

¹⁴⁶ Notimex. *Remesas hacia México equivalen al 2.3% del PIB*. En El Economista 14 de junio 2017. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/05/27/fibras-equivalen-143-pib> Consultada agosto 2017.

¹⁴⁷ Tapia, Patricia. 2013. *Torre Virreyes y Toreo, la apuesta de Fibra Danhos*. En Grupo Milenio 12 de octubre 2013. http://www.milenio.com/negocios/Torre-Virreyes-Toreo-Fibra-Danhos_0_170383110.html Consultada en abril 2016.

¹⁴⁸ Aguilar, Alberto. (Opinión). 2015. En El Universal <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/alberto-aguilar/cartera/2015/11/4/series-jaloneos-en-industria-para-nueva> Consultada abril 2016.

empresariales y financieras, aunado a que pueden cotizar en la Bolsa Mexicana, lo que les permite crecer su capital y así generar nuevas y mayores construcciones y por ende modificar o generar espacios acordes a sus intereses. En la etapa actual económica mexicana en la que los proyectos urbanos generan una gran cantidad de ganancias. Según estimaciones, las FIBRAS en la actualidad generan aproximadamente el 1.43% del Producto Interno Bruto del país¹⁴⁹. La empresa además finalizó el 2015 sin deudas, además, el 20% de los ingresos son en dólares por lo que la reciente devaluación del peso frente al dólar significa mayores ganancias para ellos.

El poder invertir en las bolsas de valores es un atractivo para las empresas, sin embargo, implica algunos riesgos que a veces dependen de elementos internacionales y de especulaciones por lo que las ganancias suelen no siempre ser iguales. En el 2014 las FIBRAS tuvieron un crecimiento de más del 15 % mientras que en primer trimestre del 2015 hubo una contracción de 5.6 debido a las crisis internacionales y a las incertidumbres que generaron en especial el aumento en las tasas de interés en Estado Unidos¹⁵⁰, esto significó para las FIBRAS pérdida de su valor en la Bolsa Mexicana de Valores. Sin embargo, es el sector inmobiliario uno de los que más crecen en México por lo que el efecto especulativo tuvo un efecto pasajero y las FIBRAS se recuperaron por lo que aseguran un crecimiento constante durante 2016 cuando los inversionistas lo identifiquen como una de las mejores formas de invertir¹⁵¹.

La figura de las FIBRAS se ve beneficiada de la inversión que realizan las Afores (Fondos de Ahorro para el Retiro), que en 2015 se situó en más de 44 millones de pesos, supuestamente se considera que las afores deben invertir en el desarrollo urbano para incrementar sus tasas de remplazo (que es el valor de la pensión)

¹⁴⁹ Notimex. *Remesas hacia México equivalen al 2.3% del PIB*. En El Economista 14 de junio 2017. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/05/27/fibras-equivalen-143-pib> Consultada agosto 2017.

¹⁵⁰ Ibid.

¹⁵¹ Santiago, Judith. 2017. *Fibras tuvieron semestre positivo*. En El Economista 19 de diciembre 2017. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/05/07/fibras-tuvieron-trimestre-positivo> Consultada enero 2018.

potencializar sus competencias¹⁵². La inversión de las Afores en el sector urbano es una actividad permitida y fomentada por la Comisión Nacional de Ahorro para el Retiro (CONSAR), ya que esto debe pagar más dividendos a las personas, esto se da mediante el mecanismo de “Circular única Financiera”, aunado a esto, en abril de 2016 se autorizó para que los fondos para el retiro puedan tener mayor flexibilidad de inversión, por ejemplo, en el rubro energético¹⁵³.

La figura de las afores inicia en la etapa neoliberal del país, es un proceso de privatización de lo que fue un derecho de trabajadores y una característica del Estado de bienestar, que eran las pensiones. En 1997 se inicia el proceso de privatización para quitarlo de manos del IMSS y pasarlo a las instituciones bancarias, las cuales cobran por el servicio de ahorro y además especulan con los ahorros de las personas. Uno de los sectores en donde más se ha dado la inversión o especulación ha sido el mercado inmobiliario, que es uno de los que mayores ganancias generan. Aquí el sistema financiero y el inmobiliario se ven beneficiados de estas políticas ya que el primero cobra comisiones por manejo de cuentas y ahorro, mientras que las empresas urbanistas encuentran liquidez económica y capital con el cual generar un mayor proyecto. Esta es una de las características del neoliberalismo, en la que privatización de un servicio se enmascara con la libertad y la posibilidad de acrecentar el capital, que además se relaciona con una actividad completamente lucrativa para incrementar las ganancias de las empresas privadas que administran los recursos financieros. Aquí también se identifica que, aunque de manera indirecta en la conformación o generación de un nuevo espacio urbano intervienen una gran diversidad de actores que incluyen también a los trabajadores que mediante sus ahorros “patrocina” la construcción de la ciudad neoliberal, de ahí parte del éxito de las FIBRAS que encuentran la manera de lograr liquidez y grandes inversiones, a su vez sus construcciones representan un aliciente para la inversión de distintos sectores económicos.

¹⁵² Ratings, Fitch. 2016. *Afores precisan selectividad para invertir en Fibras*. En El Economista 7 de marzo 2017. <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2016/03/07/afores-precisan-selectividad-invertir-fibras> Consultada diciembre 2017.

¹⁵³ Cardoso, Víctor. 2016. *Afores podrán invertir en nuevos instrumentos*. La Jornada 26 de abril de 2016. <http://www.jornada.unam.mx/2016/04/26/economia/026n1eco> Consultada diciembre 2017.

Danhos es un ejemplo de las ventajas que ofrece la inversión en el sector inmobiliaria, ya que desde el momento en que formalizan la Fibra aumentó sus ganancias a pesar de lo volátil que puede resultar la inversión en las Bolsas. La empresa está dividida en 200 millones de certificados bursátiles que al inicio se cotizan en la Bolsa Mexicana en alrededor de 26 pesos cada uno¹⁵⁴ y actualmente están por encima de los 36 pesos¹⁵⁵ y posteriormente aumentaron su valor en más de 40% solo durante el 2013¹⁵⁶. Fibra Danhos es la segunda en valor después de Fibra Uno con más de 50 millones de pesos cotizados en la Bolsa, aunque está muy por debajo en cuanto a inmuebles y metros cuadrados rentables.

Con las ganancias obtenidas Danhos ha anunciado nuevos proyectos que ingresarán a su portafolio. Estos se localizarán en las delegaciones Iztapalapa y Azcapotzalco además de llegar a la ciudad de Puebla. Con los nuevos desarrollos Danhos aumentará 36% de su área rentable, lo que significa una inversión alrededor de los 2000 millones de pesos¹⁵⁷.

El que es el desarrollo más importante en cuanto a inversión e innovación es el de Iztapalapa, en los límites con la delegación Xochimilco, el complejo será denominado Parque Las Antenas, que fue inaugurado en junio de 2018, tendrá en su primera etapa un total de 86,500 metros cuadrados de área rentable, con una inversión superior a los 300 millones de pesos¹⁵⁸. Tendrá además un parque de diversiones o feria en el patio central, lo que es una nueva apuesta de la empresa. A finales del año 2018, el único proyecto que está pendiente es Parque Tepeyac, en la delegación Gustavo A. Madero, y tendrá más de 900000 metros cuadrados de

¹⁵⁴ Redacción. *BMV cierra primer día de marzo con alza*. En El Economista 2 de mayo 2017 <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2013/10/09/danhos-pierde-su-primer-dia-bmv> Diciembre 2017.

¹⁵⁵ Santiago, Judith, 2016. *Fibra Danhos con 40% más de área bruta rentable*. En El Economista 6 de noviembre de 2016. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/09/22/fibra-danhos-crecera-27-su-area-rentable> Julio 2017.

¹⁵⁶ Santiago, Judith, 2016. *Titulos ICA suben a niveles especulativos*. En El Economista 17 de febrero 2016. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2014/10/08/titulos-danhos-suben-4217>

¹⁵⁷ En Expansión <http://expansion.mx/negocios/2016/02/24/fibra-danhos-invertira-hasta-2000-mdp-en-2016> Consultada julio 2017.

¹⁵⁸ BMV. *Anuncia Danhos nuevo proyecto comercial en CDMX*. En El Economista 5 de febrero 2016. <http://eleconomista.com.mx/fondos/2016/02/05/anuncia-danhos-nuevo-proyecto-comercial-cdmx> Consultada julio 2017.

construcción, y se estima aumente en 5% el valor de la empresa, con esto tendría un portafolios completo, aunque no descartan la inversión en nuevos proyectos¹⁵⁹.

Para el desarrollo en Puebla Danhos compró el total de seis predios, que como se mencionó eran propiedad de la familia Chedraui, y en total ocupan una extensión territorial de alrededor de 105 mil metros cuadrados donde edificarán un nuevo centro comercial en el que la tienda ancla será Liverpool. Estará localizado en la zona limítrofe sur de la ciudad, en la zona donde se ubican los estadios de fútbol y beisbol, busca enfocarse convertirse en un desarrollo regional y aprovechar las ventajas que le ofrece la cercanía con la autopista que cruza del Distrito Federal al estado de Veracruz además de varias carreteras que conectan con la autopista. Para este desarrollo invertirá más de 2 mil millones de pesos¹⁶⁰.

Se proyecta también la construcción de mixto en Azcapotzalco sobre la Calzada Vallejo, el proyecto constará de 3 partes, la primera será erigida por la empresa Grupo IPB, que es también una firma inmobiliaria y automotriz, que tiene como uno de sus rubros principales la construcción de los centros comerciales. Mientras que las etapas 2 y 3 serán realizadas directamente por Danhos. El proyecto finalizo en su primera etapa en el primer semestre del 2016¹⁶¹.

Para la realización de estos nuevos desarrollos, la Fibra anunció en comunicado a través de la Bolsa Mexicana de Valores que ha logrado formalizar una línea de crédito de 1500 millones de pesos a pagar en 4 años¹⁶².

Debido al éxito y prestigio con el que Danhos cuenta en el sector inmobiliario reciente, es que su director actual, Salvador Daniel Kabbaz Zaga, se convirtió en

¹⁵⁹ Santiago, Judith, 2018. *Fibra Danhos anuncia nuevas inversiones*. En El Economista 16 de septiembre 2018. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Fibra-Danhos-analiza-nuevas-inversiones-20180916-0045.html> Consultada septiembre 2018.

¹⁶⁰ Cantera, Sara. 2016. *Fibra Danhos invertirá 2mil mdp durante 2016*. En El Universal 25 de febrero 2016. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/negocios/2016/02/25/fibra-danhos-invertira-2-mil-mdp-durante-2016> Consultada diciembre 2018.

¹⁶¹ Santiago, Judith. 2016. *Danhos desarrollará proyecto en CDMX*. En El Economista 24 de julio 2016. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2014/11/07/fibra-danhos-desarrollara-nuevo-proyecto-comercial-azcapotzalco> Consultada diciembre 2018.

¹⁶² Grupo BMV En BMV https://www.bmv.com.mx/docs-pub/eventore/eventore_642782_2.pdf Consultada agosto 2018.

presidente de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI) en abril de 2016¹⁶³, él suple a Jaime Alverde Losada que deja el cargo y es presidente actual de Gigante Grupo Inmobiliario. En su discurso de toma de posesión, Kabbaz Zaga mencionó que la ADI diseña un nuevo proyecto que atienda los problemas de movilidad y contaminación de la ciudad de México, por lo que buscará un mayor acercamiento con las autoridades de la ciudad de México y del país para persuadirlos de fomentar infraestructura para automóviles eléctricos y darle además propuestas de lo que se podría hacer con el predio del antiguo aeropuerto, además reiteró su compromiso en la participación del nuevo ordenamiento de la capital del país¹⁶⁴.

La ADI está conformada por 72 empresas que en conjunto desarrollan alrededor del 60% de los principales proyectos del país, fue fundada en 1991¹⁶⁵. Entre las marcas más destacadas están, además de Danhos y Grupo Gigante, Inmuebles Carso, ICA, FRISA constructora de Ciudades, Grupo Sordo Madaleno, GICSA, Chedraui, Cinemex, Consorcio ARA, Galerías, entre varias más. En esta organización se encuentran las principales empresas urbanizadoras del país, las que en conjunto representan uno de los grupos inversores más grandes e importantes en el país, por lo que tienen un gran poder dentro de la economía nacional, así como a uno de los actores más influyentes en el proceso del proceso de producción del espacio.

Como organización, ADI ha hecho convenios con diferentes gobiernos locales del país, como lo es el del Distrito Federal entidad en la que ADI ostenta el alrededor del 80% del total de las inversiones en el 2015¹⁶⁶. Además de que la asociación hace propuestas constantes a las autoridades, una en la que ha puesto hincapié es en que los impuestos recaudados por permisos de construcción sean destinados a la infraestructura de la misma zona donde se realizó la nueva edificación, esto

¹⁶³ Redacción Obras. *Director de Fibra Danhos es el nuevo presidente de la ADI*. En Obras Web 21 de abril 2016. <http://www.obrasweb.mx/inmobiliario/2016/04/21/director-de-fibra-danhos-es-el-nuevo-presidente-de-la-adi> Consultada mayo 2017.

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Ibid.

¹⁶⁶ En Inmobiliare <http://inmobiliare.com/adi-sigue-contribuyendo-al-desarrollo-inmobiliario-del-pais-jaime-alverde/> Consultada en abril 2017.

contribuiría al mejoramiento en el nivel de vida de la zona en cuestión¹⁶⁷, aunque más del 70% de las obras se realizan en las delegaciones centrales como Miguel Hidalgo, Cuajimalpa, Cuauhtémoc y Álvaro Obregón por lo que se provocaría que continúe la construcción desigual de la ciudad en la que algunas zonas son las beneficiadas y se elimina la acción solidaria que supuestamente representa el pago de impuestos.

El entonces presidente de la asociación, Alverde Losada, a finales de 2015 en el marco de una reunión con el jefe de gobierno capitalino, mencionaba que eran fundamentales para una mayor y más segura inversión las modificaciones a los distintos reglamentos urbanos que estaba haciendo la administración de Miguel Ángel Mancera, pues él y su gobierno estaban propiciando un mayor “crecimiento de la ciudad”¹⁶⁸.

Las modificaciones se dieron principalmente en el reglamento de construcciones que estaba vigente en la ciudad desde la etapa de López Obrador. Según Mancera con las modificaciones al reglamento se quitan normas innecesarias y se logra que exista una mayor tranquilidad para invertir en el sector urbano y mayor rapidez en las obras que en ocasiones tenían que parar por clausuras que provocaban el estancamiento económico de la ciudad, las causas eran, por ejemplo, la falta de guantes, botas o chalecos en las obras o la inexistencia de un botiquín o de extintores, estas causas ya no serán causa del cierre sino que se les dará tiempo a las empresas para que suplan estas carencias¹⁶⁹. Esto demuestra el apoyo evidente que tienen las empresas en detrimento de la seguridad que tienen los trabajadores.

Los asociados de ADI planean invertir más de 21 millones de dólares en desarrollos inmobiliarios en el país entre 2016 y 2018, lo que se traduce en 390 desarrollos

¹⁶⁷ Aldaz, Phenélope. *ADI pide fomentar obras públicas*. En El Universal 21 de abril 2016.

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/04/21/adi-pide-fomentar-obras-publicas>
Consultada abril 2017.

¹⁶⁸ En Inmobiliare <http://inmobiliare.com/adi-sigue-contribuyendo-al-desarrollo-inmobiliario-del-pais-jaime-alverde/> Consultada abril 2017.

¹⁶⁹ Nava, Dinorah. 2015. *Presentan modificaciones al reglamento de Construcciones en DF*. En Contrabando 2 de enero 2015. <https://centrourbano.com/presenta-mancera-modificaciones-al-reglamento-de-las-construcciones/> Consultada enero 2016.

concentrados principalmente en el Distrito Federal, con 166 proyectos la mayoría de uso residencial, Jalisco, el estado mexiquense y Quintana Roo¹⁷⁰. Además, también brinda distintos tipos de premios a los mejores desarrollos de cada año. Danhos ha sido reconocido por el complejo de Reforma 222, el Centro Comercial Parque Lindavista, además de El Toreo. Mientras que Carso también fue reconocido por el Desarrollo Ciudad jardín, por el CETRAM Ciudad Azteca y recibió mención por CETRAM El Rosario en 2013¹⁷¹.

4.4 Gigante Inmobiliaria: el socio en Delta, el cambio de la inversión hacia lo inmobiliario.

Grupo Danhos se asoció con Grupo Gigante Inmobiliaria, que es parte del Grupo Gigante S.A.B. de C.V. para la edificación y mantenimiento de la plaza comercial Parque Delta. De hecho, la compra del terreno la efectúa Gigante, es por esa razón que en Delta ideó convergir dos tiendas anclas diferentes destinadas a grupos de población de distintas características

Gigante es una empresa de origen mexicana, aunque su fundador Ángel Losada Gómez es de origen español, pero llegó a México a los 15 años. En la década de 1940 Ángel funda, en Apan Hidalgo, una tienda principalmente de semillas de cebada y abarrotes que llama “La Comercial” que poco a poco crece e incluye más productos como la maquinaria agrícola. Ya en la década de 1960 la tienda se convertía en la compañía Implementos Agrícolas y en 1962 se construía la primera tienda Gigante pero ya en la Ciudad de México en el barrio de Mixcoac que en ese momento cuenta con 315 empleados en total, con un gran éxito la tienda comienza a expandirse y a abrir más sucursales que ya en 1977 suman 11 sucursales en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, además de que se toma la decisión de ampliar la oferta e ingresan al sector alimenticio con la apertura en 1971 del primer

¹⁷⁰ Valle, Ana. 2016. Desarrolladores inmobiliarios invertirán 21,500 mdd en México. En Obras Web 20 de abril 2016. <http://www.obrasweb.mx/inmobiliario/2016/04/20/desarrolladores-inmobiliarios-invertiran-21500-mdd> Consultada diciembre 2016.

¹⁷¹ En ADI <http://www.adi.org.mx/es/premios-adi.php> Consultado abril 2016.

restaurante Toks ¹⁷², que hasta el día de hoy se mantiene como uno de los principales activos de la empresa.

La oferta de la ya entonces cadena de tiendas de autoservicio continuaba en expansión y durante la década de 1980 la oferta llega a ciudades como Puebla, Querétaro, Guadalajara, Acapulco, Celaya, Salamanca y Morelia, con lo que al llegar 1991 cuenta ya con cien tiendas abiertas, además de que en ese mismo año comienza a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores. Su crecimiento sigue en 1992 con la asociación con el grupo Radio Shack, además de que diversifica la oferta de sus tiendas en Gigante, Super Gigante y Bodega Gigante, mientras que en el 2001 se crea Super Precio (que vende en 2012) que se caracteriza por ser tiendas pequeñas¹⁷³, esto es para ofertar diferentes precios según los sectores económicos predominantes donde se localicen las tiendas, es un modelo similar al que realiza Grupo Wal-Mart.

En la década de 1990 en México existe ya completamente instalado el sistema neoliberal, que tiene como una de sus principales consecuencias la absorción de empresas chicas por parte de las más grandes al amparo de la libre competencia que en realidad funciona como un beneficio para las empresas grandes ya que es difícil que una empresa chica le pueda competir. Así Grupo Gigante comienza una expansión más pero ahora con la compra de las tiendas cadena “El Sardinero” y “Blanco”, con lo que suma 43 tiendas más, para el año 2001 se anexa también a las tiendas “Super Maz” que tenía presencia en el sureste del país y Azcúnaga en el norte. Mientras que en 1994 firma una asociación con la empresa de papelería “Office Depot”, y para 1999 logra incursionar en el mercado de los Estados Unidos de América con la primera tienda abierta en ese país en la ciudad de Los Ángeles¹⁷⁴.

Lo ocurrido con Danhos y Gigante es un claro ejemplo de la inversión inmobiliaria que sucede en México e incluso en el mundo, en el que diferentes grupos que tenían inversiones en otros ramos de la economía deciden invertir en el sector inmobiliario.

¹⁷² En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/historia.html> y <http://www.forbes.com.mx/el-imperio-que-empezo-entre-semillas-de-cebada/> Consultada en diciembre 2016.

¹⁷³ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/historia.html> Consultada en diciembre 2016.

¹⁷⁴ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/historia.html> Consultada en diciembre 2016.

La relación que formaron estas dos empresas para la construcción de Delta no se volvió a efectuar o a realizar en ningún otro desarrollo debido a que en el momento de la construcción de este centro comercial Gigante no estaba completamente dedicada al sector inmobiliario sino a la construcción y administración de sus tiendas, pero en 2008 se forma oficialmente la empresa Grupo Gigante Inmobiliario, que comienza a construir de manera independiente sus primeras construcciones que son Corporativo Dos Patios y Centro Comercial Las Tiendas San Esteban, además de su primer centro comercial que fue Conjunto Comercial Gran Terraza Lomas Verdes¹⁷⁵. La formación de la inmobiliaria se da exactamente un año después de que Gigante decidiera vender el total de sus tiendas de autoservicio para dedicarse completamente en el desarrollo urbano y en la administración de sus otros comercios de cadena, que le reditúan en forma de renta. Estos cambios administrativos le han brindado a la empresa un crecimiento de 230% desde 2007.

Grupo Gigante comienza también una expansión con la compra de otras tiendas, primero elimina la relación con Radio Shack en 2008 aunque en 2015 la compra en su totalidad, también se vuelve accionista al 100% de Office Depot, adquiere la tienda de venta de accesorios del hogar The Home Store, la empresa Carvajal Internacional S.A. S, el restaurante California, abre en México el primer restaurante de comida china Panda Express, inician operaciones la tienda Petco, dedicada a venta de mascotas, y AlignPro, empresa de consultoría, además de contar con la administración de los hoteles Presidente Intercontinental¹⁷⁶. La compra de varias de las empresas que compra Gigante responde también a las crisis económicas en las que el país se sumerge desde la entrada del neoliberalismo y el abandono del Estado de bienestar, que propició la carencia de empleo y quiebra de varias empresas, aunque Gigante como grupo consolidado solventó los inconvenientes y pudo crecer gracias a los recursos que el sistema le otorgó, pues al adquirir marcas fuertes en algunos lugares del país le permitió ampliar su presencia y eliminar la

¹⁷⁵ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/historia.html> Consultada en diciembre 2016.

¹⁷⁶ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/historia.html> y <http://www.forbes.com.mx/el-imperio-que-empezo-entre-semillas-de-cebada/> Consultadas en diciembre 2016.

competencia, por lo que prácticamente se convierte en un gran monopolio de tiendas de autoservicio.

Con todo lo anterior, Grupo Gigante cuenta con más de 273 establecimientos, 116 restaurantes y 129 inmuebles con aproximadamente 18 mil empleados y ventas alrededor de 19 millones de pesos anuales¹⁷⁷, además de tener actualmente catorce empresas que operan bajo su misma firma, una de ellas Grupo Gigante Inmobiliaria que otorga al grupo principal las mayores ganancias y utilidades ya que la inmobiliaria maneja su propio portafolio y sistema de inversión. Gigante también ha invertido en la zona de Azcapotzalco en la zona cercana al CETRAM El Rosario, donde edificó la plaza Servi plaza El Rosario.

Para que Grupo Gigante se concentre en aspectos inmobiliarios y administrativos tuvo que “desinvertir” en lo que fue durante mucho tiempo su principal inversión: las tiendas de autoservicio Gigante. En 2007 se concentra la acción de compraventa, aunque esta transacción no afectó la administración de Parque Delta que seguiría siendo en convenio entre Danhos y Gigante, pero el negocio se convirtió en tripartita ya que Soriana adquirió unas de las tiendas de autoservicio con mayores ventas en la ciudad.

La compra de Gigante significó para Soriana ser la segunda tienda de autoservicio más grande del país solo debajo de Wal-Mart, aunque esto no se tradujo en un gran avance en cuestión bursátil salvo el primer año después de efectuada la operación. Esto se debió al desconocimiento de la marca por parte de los consumidores ya que la empresa ingresaba a un mercado relativamente nuevo para ellos por lo que incluso sufrió pérdidas o estancamientos financieros en lo general. En 2015 esta tendencia se revierte cuando nuevamente Grupo Soriana se expande al adquirir las tiendas de autoservicio del grupo Comercial Mexicana, con lo que reafirma su posición como la segunda marca más grande del país por lo que podrá presentar una competencia más pareja con Wal-Mart. El grupo que parece pierde fuerza con esta nueva alianza es la marca Chedraui que prácticamente es la única que puede

¹⁷⁷ Staff. El imperio que empezó entre semillas de cebada. En Forbes 9 de abril 2014 <http://www.forbes.com.mx/el-imperio-que-empezo-entre-semillas-de-cebada/> consultada abril 2016.

generar competencia en este sector comercial. Aunque Chedraui también ha invertido en busca de un mayor mercado, por lo que se convirtieron en otra subancla del centro comercial Parque Tezontle que también es operado por Danhos.

Aunque Grupo Gigante haya vendido sus tiendas principales, las ventas de estas le continúan redituando de alguna manera debido a que su éxito se refleja en las rentas que cobra por derecho de utilizar el área comercial que continúa siendo de Gigante. La inmobiliaria de Grupo Gigante tiene bajo su administración, al 2015, más de 1500 locales en diferentes propiedades lo que equivale a un aproximado de casi 135 propiedades inmobiliarias y más de 3.6 millones de metros cuadrados¹⁷⁸. Durante desde 2013 hasta 2015, obtuvo ingresos principalmente de las rentas recaudadas de la ocupación de sus inmuebles por terceros dentro de los que se encuentra Soriana, para la empresa el cobro de renta anticipada se tradujo en poco más de 188 millones de pesos en el 2015, 193 millones en 2014 y 209 millones en 2013¹⁷⁹.

Grupo Gigante aún continua como una empresa mayoritariamente familiar, principalmente con los hijos de Ángel Lozada, además, en su grupo administrativo tiene a personajes reconocidos como Javier Molinar Horcasitas, hermano del político que trabajó en diferentes secretarías de gobierno y ligado al Partido Acción Nacional; Armando Gaza Sada, reconocido empresario que es hijo del antiguo dueño de Grupo Modelo; entre otros. Jaime Alverde es el director de Gigante Grupo Inmobiliario.

4.5 Parque Delta: La producción de un espacio privado y su expansión

Este centro comercial Parque Delta ha sido desarrollado y administrado por la empresa Danhos, aunque para su construcción conformó una sociedad con Grupo Gigante Inmobiliario, esto resultó en una inversión total de 920 millones de pesos¹⁸⁰. El terreno de *Parque Delta* está localizado entre una zona de transición de nivel

¹⁷⁸ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/pdf/financieros/infoanual2015pdf.pdf> Consultada en diciembre 2016.

¹⁷⁹ Ibid

¹⁸⁰ Aguilar, David. 2005. *Gigante regresa a la "pelea" con la inauguración de Parque Delta*. En El Universal <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/48481.html> Consultada abril 2015.

socioeconómico medio y medio bajo. En el cuadrante que forman Avenida Cuauhtémoc, Viaducto Miguel Alemán y Obrero Mundial. En la delegación Miguel Hidalgo, aunque colinda con la delegación Cuauhtémoc.

El Centro Comercial Parque Delta fue proyectada para aprovechar las diferentes características socioeconómicas de la población circundante. Va dirigida a los sectores económicos tipo B, C y C+ según la clasificación de AMAI, principalmente, que incluye a los diferentes sectores de las clases medias, desde las más bajas hasta la que se reconoce como clase media alta “aspiracional”¹⁸¹. Para la construcción del proyecto, las empresas involucradas detectaron que el principal problema que existía era el tráfico que se generaba en la zona, en especial en Avenida Cuauhtémoc y en Viaducto Miguel Alemán¹⁸². Según la propia empresa, desde la inauguración de Delta los alrededores de la plaza han mejorado con la construcción de nuevos edificios, tiendas, hoteles, restaurantes, además de resaltar el Metrobús, al que señala como “un moderno y eficiente sistema de transporte”¹⁸³.

Lo anterior concuerda en la percepción de la empresa y del gobierno capitalino que aseguran que con las construcciones de este tipo se benefician no solo los desarrolladores sino la población circundante y la estructura urbana. Aunque todas las mejoras que se realizan son parte del mismo proceso urbano neoliberal que privilegia lo privado sobre lo público y que busca beneficiar a ciertos sectores sociales y mejorar el paisaje urbano, aunque no se solucionen la mayoría de los problemas que ahí existen como lo es tráfico vehicular, ya que este es un conflicto mucho más profundo porque es cuestión de movilidad en la ciudad.

El predio que hoy ocupa esta plaza fue, desde 1925, un escenario para el béisbol organizado de manera amateur y desde 1936 fue cede de la Liga Mexicana de Béisbol profesional. Su edificación se debió al esfuerzo de diversos trabajadores,

¹⁸¹Grupo Danhos, *Centro Comercial Plaza Delta*. <http://www.danhos.com.mx/index.php/comercial/11-centros-comerciales/57-parque-delta> Consultada noviembre 2014. Y *Oportunidades en los mercados Inmobiliarios*. Fibra Danhos.

¹⁸² En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p25 Consultada en diciembre 2014.

¹⁸³ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p 25. Consultada en diciembre 2014.

en especial, de la extinta compañía paraestatal Luz y Fuerza del Centro (LyFC)¹⁸⁴, para quienes el terreno se convirtió en un campo deportivo de trabajadores, pero cambió a ser sede del béisbol profesional cuando Homobono Márquez (quien fue cercano del ex presidente Álvaro Obregón) pidió la concesión del terreno la que tuvo cinco años, aunque LyF mantuvo la propiedad del predio hasta que el empresario veracruzano Jorge Pasquel, amigo íntimo del ex presidente mexicano Miguel Alemán Valdez y posterior presidente de la Liga Mexicana de Béisbol, compró el predio en 1940 en medio de una disputa entre dos grupos pertenecientes a la liga beisbolera nacional, por apoderarse del parque (Aguilar en Agundis: 1956: 121-148).

La zona que ocupó el estadio, a inicios del siglo XX, estaba cercana al pueblo de La Piedad pero alejada del centro de la ciudad, por lo que había la posibilidad de convertir un terreno, aparentemente baldío, en un campo de béisbol, así se fue conformando poco a poco un estadio con tribunas que iban desechando de otros recintos como la antigua plaza de toros de Chapultepec y de un parque de la colonia Condesa, así se fue construyendo el estadio más grande e importante del país para este deporte¹⁸⁵.

El estadio fue una de las primeras construcciones que existieron ahí, ya que prácticamente la única construcción existente era el Panteón Francés, del lado norte del río La Piedad y un edificio que era un monasterio de la orden de los dominicos que después se después se convirtió en la Jefatura de Policía, justo al lado del parque Delta. Además, gran parte de los terrenos cercanos al río La Piedad eran de una hacienda y terrenos cultivables principalmente de Maguey. Fue hasta la década de 1940 cuando inicia la urbanización de la colonia Narvarte con venta fraccionada de la antigua hacienda y demás terrenos, esta etapa coincide con la remodelación del inmueble, después de que Pasquel lo adquiere, y coincide con el auge que

¹⁸⁴ Núñez, Mauricio y Medina, Gabriel. 2015. *El nacimiento de Parque Delta*. En MLB.com http://www.milb.com/news/article.jsp?ymd=20151023&content_id=155384988&fext=.jsp&vkey=news_l125&sid=l125 Consultada en abril 2016.

¹⁸⁵ Núñez, Mauricio y Medina, Gabriel. 2015. *El nacimiento de Parque Delta*. En MLB.com http://www.milb.com/news/article.jsp?ymd=20151023&content_id=155384988&fext=.jsp&vkey=news_l125&sid=l125 Consultada en enero 2016.

empezaba a adquirir este deporte, en México en especial por el surgimiento y el éxito deportivo que comenzaba a tener el único equipo realmente local (Diablos Rojos del México), ya que el otro conjunto de importancia era originario de la ciudad de Veracruz aunque jugaba sus partidos en esta sede deportiva¹⁸⁶, además de que durante la Segunda Guerra Mundial y la época de la posguerra, se hizo común que jugadores estadounidenses o cubanos jugaran en México (Aguilar en Agundis: 1956: 131-151).

Un accidente, en la década de 1950, en la que se derrumbaron algunas estructuras de madera, propició que se comenzara a plantear la necesidad de construir con otro tipo de material el estadio. Fue entonces que en 1955 el predio fue vendido al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), con lo que se inició la remodelación y el cambio de nombre a Parque Deportivo del Seguro Social¹⁸⁷. Esta construcción fue el escenario para distintas actividades deportivas e incluso funcionó como morgue después del terremoto que azotó la ciudad de México en 1985.

Es hasta el año de 1999 cuando las autoridades del IMSS anuncian que el estadio es incosteable para la institución por lo que se ha decidido vender el inmueble y no rentarlo a los equipos y liga de béisbol. Inicialmente las negociaciones se realizaron con los dueños de los equipos más importantes del país (Diablos y Tigres) Alfredo Harp y Carlos Peralta, dos de los más importantes empresarios del país en ese momento (el primero asociado a grupo Banamex, el segundo en ese momento a Lusacell) sin embargo la negociación no se realizó debido a que ambos ofrecían por el terreno 90 millones de pesos¹⁸⁸, casi 80 millones menos de lo que se pagó finalmente por el predio. El Instituto Mexicano del Seguro Social había trazado desde 1985 la posibilidad de vender el terreno, desde esa fecha comenzaron las negociaciones entre Harp y Peralta con el IMSS que le permitía seguir usando sus instalaciones, pero sin la posibilidad de mejorar el inmueble, por su parte los

¹⁸⁶ La Redacción de Excélsior. En Excélsior.com.

<http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/10/17/987353> Consultada 17 de enero 2017.

¹⁸⁷ Ibid

¹⁸⁸ Hernández, Norma. 2004. *Parque Delta deja atrás el béisbol y se transforma en centro comercial*. En La jornada <http://www.jornada.unam.mx/2004/01/03/08an1esp.php?origen=espectaculos.php&fly>.

Consultada enero de 2017.

empresarios no pretendían hacerle mejoras a un estadio que posiblemente perderían en un periodo corto.

A partir del año 2000 el terreno dejó de ser estadio para convertirse en un estacionamiento de la empresa automotriz *Autocamiones Central* distribuidora de *Ford*¹⁸⁹, que pagó más de 169 mil millones pesos. Posteriormente esta empresa vende el terreno a la inmobiliaria Grupo Gigante y Grupo Danhos¹⁹⁰. para la construcción del centro comercial que sería inaugurado en el año 2005.

Las empresas Danhos y Grupo Gigante realizaron una sociedad en la inversión para la construcción de plaza Parque Delta, en la que se dividían los riesgos y por supuesto las ganancias. En este caso la división de riesgo se debía a que, según ellos, Delta significaba un nuevo concepto de centro comercial en el que confluían una tienda departamental y una tienda de autoservicio, que eran Liverpool y en ese momento un Super Gigante.

Danhos tenía la intención de establecerse como una de las principales empresas desarrolladoras de centros comerciales, pretendía apoderarse de un mercado potencial diverso. Mientras que para Grupo Gigante significaba contar con el apoyo de una empresa inmobiliaria en crecimiento que intentaba llegar a los sectores altos de la sociedad para acaparar un mayor número de posibles consumidores y así poder hacer frente al constante crecimiento que significaba en ese momento Grupo Wal-Mart y la entrada al centro del país de Soriana¹⁹¹. Gigante pretendía que la de Delta se convirtiera en una de las tiendas principales que le brindara mayores ganancias y la posibilidad de competir, además, era parte de una estrategia que pretendía mejorar sus tiendas con mayor inclusión de tecnología y capacitación para sus trabajadores.

El riesgo de la alianza estaba asimilado por ambas empresas, ya que cada una de ellas sería la responsable de administrar su "parte" de la plaza, aunque Danhos

¹⁸⁹ Ibid

¹⁹⁰ En Join <http://join.org.mx/2015/03/cronica-antes-de-parque-delta-historias-de-vecinos/> Consultada en enero 2017.

¹⁹¹ Aguilar, David. 2005. *Gigante regresa a la "pelea" con la inauguración de Parque Delta*. En El Universal <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/48481.html> Consultada abril 2015.

tendría la mayor extensión. Gigante tendría bajo su cargo además del Super Gigante: Radio Shack Office Depot y Toks las tres filiales o marcas que pertenecen al Grupo Gigante¹⁹², en el caso de Radio Shack y Office Depot al iniciar operaciones el centro comercial estaba como sociedad con otras empresas, pero en la actualidad son 100% propiedad de Gigante. A partir de 2009 incorporó también la tienda The Home Store¹⁹³,

Como se mencionó, Grupo Gigante vendió todas sus tiendas de autoservicio a Grupo Soriana en 2007, lo que implicó la sustitución del nombre por el de Soriana, la venta se trató únicamente de “activos y derechos” de las tiendas de autoservicio, pero el Grupo Gigante continuó conservando sus propiedades en inmuebles además de contar con sus empresas filiales¹⁹⁴.

En el momento de la venta, Soriana se convirtió en inquilino de Grupo Gigante y Danhos, ya que el primero continuó siendo dueño de los inmuebles¹⁹⁵ y Danhos es el principal administrador, por lo que tiene que pagar una renta mensual que se establece por la asociación de los tenedores de la plaza, la renta se establece en un plazo fijo mensual más un porcentaje sobre las ganancias netas, que va entre el 1 y 6 %, que reporte la tienda durante una temporalidad variable que para Soriana son de 1 a 15 años con la posibilidad de dos extensiones de 10 años cada una¹⁹⁶.

Después de que se concretó la venta de las tiendas de autoservicio Grupo Gigante continuó teniendo sus principales tiendas dentro de Parque Delta sin ninguna modificación al acuerdo original con Danhos. Incluso el cambio de adscripción

¹⁹² Ibid.

¹⁹³ En Grupo Gigante http://www.grupogigante.com.mx/pdf/informes/inf09_esppdf.pdf Consultada abril 2016.

¹⁹⁴ Cardoso, Víctor. 2007. *Gigante Vendió sus 204 tiendas de autoservicio a grupo Soriana*. En La Jornada 7 de diciembre 2007. <http://www.jornada.unam.mx/2007/12/07/index.php?section=economia&article=026n1eco> Consultada abril 2016.

¹⁹⁵ Expansión. *Gigante Inmobiliaria en crecimiento*. En Expansión 19 de julio 2013 <http://expansion.mx/especiales/2013/07/12/con-fibra-para-crecer> Consultada julio 2016.

¹⁹⁶ En Grupo Gigante <http://www.grupogigante.com.mx/pdf/financieros/infoanual2015pdf.pdf> Consultada en diciembre 2016.

nombre no contrajo modificaciones en las relaciones administrativas del centro comercial.

Parque Delta consta aproximadamente de 145000 metros cuadrados que cuenta con 236 locales, de estos 210 son propiedad única de Danhos, en ellos abarca 132 inquilinos o tiendas, mientras que el otro grupo administrativo tiene la propiedad sobre 10 tiendas son en copropiedad con la empresa denominada *Copropietario del Parque Delta* que presumiblemente integra Grupo Gigante Inmobiliaria, el copropietario es dueña de todos los cajones de estacionamiento 16 locales son propiedad única de esta última¹⁹⁷. Es importante señalar que Danhos no considera en ningún informe a las tiendas de autoservicio como parte de sus arrendados¹⁹⁸, y la única tienda de este tipo en una construcción de Danhos es el Soriana de Delta. El cambio de denominación de Danhos a Fibra Danhos no modificó la distribución de la tenencia de tiendas.

El centro comercial Delta ha tenido un gran éxito por lo que en la actualidad se está realizando la última etapa de un proyecto de ampliación el estacionamiento de la plaza y los locales comerciales. Esto se está realizando en dos partes, el estacionamiento está edificado en la confluencia noroeste del cruce entre Obrero Mundial y Cuauhtémoc, frente al complejo del centro comercial y está conectado con Delta mediante puentes y túneles, este abrió a partir del primer trimestre del 2016. Esta obra se construirá sobre un antiguo edificio público que fue la Octava Delegación Policiaca. La segunda parte se construyó sobre lo que fue en un primer momento un estacionamiento de la plaza la planta principal, por lo que ahora la plaza será completamente cerrada y en forma semicircular.

El predio donde se edificó el nuevo estacionamiento pertenecía al Gobierno del Distrito Federal desde 1942 por decreto presidencial de Miguel Ávila Camacho (Diario Oficial de la Federación, 1942). El gobierno capitalino negó varias veces que la ampliación estuviera aceptada, sin embargo, los trabajos de construcción ya

¹⁹⁷ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p XV Consultada en diciembre 2016.

¹⁹⁸ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/1T16.compressed.pdf> Consultada en diciembre 2016.

estaban en proceso¹⁹⁹. Dentro de las limitantes que instituciones del Distrito Federal puso a la expansión, fue la que ejerció el INVEA-DF que clausuró la obra en septiembre de 2014, debido a que no se tenían los permisos requeridos para efectuar la ampliación²⁰⁰, y el 9 de octubre la misma institución ratificó la sanción con la explicación de que no se había acreditado el cambio de uso de suelo²⁰¹ del inmueble, que en ese momento tenía la designación de equipamiento y habitacional. Pero dos meses después, el día 20 de noviembre de 2014, el gobierno capitalino anunció oficialmente, en el Diario Oficial de la Federación, que el predio en cuestión quedaba desincorporado del bien público y que se aportaría a la empresa Danhos a través del “Fideicomiso Irrevocable de Administración constituido por Banco Invex, Sociedad Anónima, Institución de Banca Múltiple, Invex Grupo Financiero a efecto de que se constituya el régimen de propiedad en condominio (Gaceta Oficial, noviembre 2014)” y así se convierte la renovación urbana, es decir, la ampliación de la plaza. A cambio de la sesión de derechos sobre el terreno, la empresa debía construir las nuevas instalaciones de la Coordinación Territorial Benito Juárez III con la que compartirá el predio la nueva edificación de Delta, además de que la empresa deberá brindarle cajones de estacionamiento a la Coordinación de manera exclusiva, el decreto fue publicado el 7 julio de 2014 en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, bajo la gubernatura de Miguel Ángel Mancera²⁰².

A inicios del año 2015, la Octava Delegación Policiaca que existía fue derrumbada, lo que permitía suponer que la ampliación era ya un hecho consensado entre las autoridades locales y los desarrolladores. Este hecho provocó que las organizaciones vecinales acudieran a la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CNDH), para interponer la queja por la demolición e intentar frenar la ampliación del centro comercial, pues rechazaban la posible apertura de un

¹⁹⁹ Portal Danhos. <http://www.danhos.com.mx/index.php/comercial/11-centros-comerciales/57-parque-delta> Consultada diciembre 2017.

²⁰⁰ En La Jornada <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/09/27/invea-df-colo-ca-sellos-de-clausura-en-obras-de-parque-delta-7347.html> Consultada mayo 2016.

²⁰¹ En Libre en el Sur <http://www.libreenelsur.mx/content/ratifica-invea-suspension-obra-parque-delta-en-antigua-octava-delegacion-policia-no-acredito> Consultada mayo 2016.

²⁰² Gaceta Oficial Del Distrito Federal, 14 de julio de 2014. P 4-7.

museo pues, según ellos, representaría la excusa cultural para mantener que manos privadas posean el control del predio²⁰³.

La expansión territorial ha afectado también la calle Obrero Mundial, que ha sido modificada en estructura y se preveía la tala de 18 árboles con el fin de mitigar los efectos de la nueva construcción, aunque esto no se ha concretado por las mismas objeciones de los vecinos²⁰⁴.

Para los pobladores la otrora jefatura era un ícono de la colonia Narvarte por su valor artístico y porque era un lugar de reunión y de esparcimiento en la década de 1960²⁰⁵. Por esto, vecinos agrupados en la organización *La Voz de Narvarte* expresaron su descontento a la ampliación desde que se dio a conocer el proyecto²⁰⁶. Al derribar el antiguo edificio se encontraron vestigios arqueológicos, según reconoció el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)²⁰⁷. Sin embargo, la construcción continuó. Esta misma situación ocurrió en 2015 en la construcción de la plaza Patio Boturini, hoy Portal Centro, localizada casi en la confluencia de avenida Lorenzo Boturini y Calzada de Tlalpan, en la que al realizar trabajos de excavación se encontraron vestigios arqueológicos, esto retrasó unos meses la obra, aunque finalmente se continúa construyendo²⁰⁸.

Para Danhos la expansión es parte de la nueva oferta comercial de la inmobiliaria²⁰⁹, que permitirá tener una mayor zona de influencia además de convertirla en un lugar más atractivo debido a que varias marcas han solicitado un mayor espacio para sus tiendas, mientras que otras firmas pretenden ingresar a esta zona, incluso se tienen

²⁰³ Mejía, Ximena. 2014. *Esperan acción sobre la antigua octava delegación de policía*. Excelsior 23 de noviembre 2014. <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/11/23/993837> Consultada abril 2015..

²⁰⁴ Diario de México, *GDF no sabe sobre parque lineal*. <http://www.diariodemexico.com.mx/gdf-no-sabe-parque-lineal-la-narvarte-vecinos/> Consultada en diciembre 2015.

²⁰⁵ Entrevista 6 y 7, a antiguos pobladores de la Colonia Narvarte. Marzo 2015.

²⁰⁶ González, Rocío. 2014. *La ampliación de Plaza Delta contraviene Decreto Presidencial*. La Jornada 1 de octubre 2014. <http://www.jornada.unam.mx/2014/10/01/capital/037n1cap> Consultada abril 2016.

²⁰⁷ Ortiz, Francisco. 2014.. *Delegación Benito Juárez derriba edificio con vestigios arqueológicos para construir estacionamiento de once niveles*. Sin Embargo. 21 junio 2014. <http://www.sinembargo.mx/21-06-2014/1032741> Consultada junio 2014.

²⁰⁸ Entrevista 8: trabajador de la obra de Patio Boturini.

²⁰⁹ *Oportunidades en los mercados Inmobiliarios*. Fibra Danhos. 2013.

asegurados ya casi el 43% de contratos de arrendamiento firmados²¹⁰. La inversión de esta obra rondará finalmente los 600 millones de pesos, y al segundo trimestre del año 2015, cuenta con casi el 18% de avance, mientras que, por concepto de contraprestación única derivada de la expansión, la empresa ha adquirido alrededor de 223 millones de pesos²¹¹.

Esto es parte de la destrucción creativa del territorio, de la eliminación del espacio público, las relaciones empresa – gobierno, y la conformación de una ciudad neoliberal en la que los espacios que tenía la población identificados como identitarios son destruidos en pro de la actividad comercial. Además, el peso de la empresa inmobiliaria es tal que las obras en cuestión inciden sobre el espacio circundante.

La empresa inmobiliaria ha logrado desarrollar un espacio completamente privado que está dirigido a dos sectores de la población distintos. Danhos realizó una obra destinada a personas que habitan hacia el poniente de la plaza, en especial las colonias Roma, Condesa y Del Valle, pero enclavado en una zona de transición entre sectores socioeconómicos, ya que a un costado se localiza la colonia Buenos Aires, por lo que el mezclar sus tiendas ancla le permitió tener el acceso a ambos grupos sociales. Esto, además de la localización, le ha permitido a la inmobiliaria poseer uno de los centros comerciales más exitosos del país, pues han podido atraer a habitantes de varios lugares. La competencia que existe en la zona (Pabellón Cuauhtémoc y, un poco más alejada, Centro Cultural Telmex) además de que tienen una oferta diferente de cines y teatros principalmente, además de algunas oficinas, esto permite que lejos de realizar una competencia directa se esté conformando un corredor terciario, aunque discontinuo, pues los centros comerciales se han podido consolidar con diferentes ofertas mercantiles. Delta hasta el momento no tiene en realidad otro centro comercial similar cercano que le compita (aunque la construcción de Patio Boturini podría afectarle) por lo que puede acaparar un 100% de la demanda, pues la otra plaza que coinciden en oferta es

²¹⁰ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 18 – 19.

²¹¹ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 4.

Plaza Universidad que está localizado, sobre la misma avenida Cuauhtémoc, pero a aproximadamente 3 kilómetros de distancia. Aunque Danhos considera que dentro del rango de influencia de la plaza existen 6 plazas que compiten directamente con Delta por tener una propuesta similar, como lo son: Fórum Buenavista; Plaza Metrópoli; Centro Coyoacán; Galerías Insurgentes; Plaza Churubusco; y Pabellón Del Valle, empero todas ellas están localizadas entre el tercer y cuarto rango de influencia de parque Delta²¹².

En el territorio circundante de Delta existe una densidad de población media y alta, pues si se consideran el primer radio total de influencia de la plaza, aproximadamente 5 KM, hay un total de más de 5,000 familias lo que resulta en casi 1 millón cien mil personas, esta zona es extensa y delimita casi completamente en el Circuito Interior, mientras que en su zona terciaria de influencia se consideran 135,000 familias²¹³. El éxito de Delta también se debe a que es visitado por personas que no pertenecen a su zona de influencia, pues están localizados hacia el oriente de la ciudad, donde la oferta de este tipo de centros comerciales es escasa, solo existen Parque Tezontle y Pabellón Churubusco.

Para las autoridades gubernamentales, la construcción y ampliación de Delta, significaba la oportunidad de desarrollar la zona, así lo manifiestan en los permisos otorgados a la empresa en marzo de 2005, donde establecen que con la construcción del centro comercial se debe mejorar el entorno circundante en cuanto a infraestructura se refiere, además de que se deberá trabajar para la accesibilidad de la zona en conjunto con la Secretaría de Transporte y Vialidad para estudiar, entre otras cosas, la realización de un carril en contraflujo, el que hoy existe sobre avenida Cuauhtémoc, cuestión que se cumplió posteriormente aunque con inversión gubernamental. Para realizar las obras de mitigación se generó una empresa denominada Tlalteña S.A. de C. V. sin que se especifique a los responsables de esta (ni tampoco se encuentran mayores registros).

²¹² *Oportunidades en los mercados Inmobiliarios*. Fibra Danhos. 2013.

²¹³ *Oportunidades en los mercados Inmobiliarios*. Fibra Danhos. 2013.

Para la empresa Danhos, Delta significa la generación de altas ganancias. Durante el primer semestre de 2015, por concepto de rentas fijas y variables, la plaza recibió casi 90 millones de pesos, lo que significó un incremento de 8.6% con respecto del mismo periodo del año 2014, por lo que es junto con Reforma 222 los centros comerciales que más crecieron en este periodo²¹⁴. Mientras que, en ingreso neto operativo, en el mismo periodo, recibió 112 millones de pesos aproximadamente, por lo que significa un crecimiento de 4%, por debajo de los ingresos de Parque Lindavista y Tezontle²¹⁵. Durante el primer semestre de 2016, Delta le otorgó a Danhos una ganancia de más de 57 millones, lo que representa un aumento del 5.6% con respecto al mismo periodo del año anterior, de estos casi 50 millones se deben a los conceptos de renta fija y variables, los que a su vez también tuvieron un crecimiento en conjunto del 8.2%, esto se debe a que al inicio del 2006 se incrementaron las rentas en los locales²¹⁶.

Las tiendas al interior de Delta registraron durante el segundo trimestre de 2015 un incremento de 7.1, aunque en números netos es la propiedad de Danhos que más ventas registra con más de 423 millones de pesos, casi el doble que Plaza Lindavista que registra 255 millones como la segunda más rentable²¹⁷. Este incremento se debe, según la empresa, a que ha mejorado la comercialización y se han construido “locales comerciales por subanclas reconocidas que han atraído un mayor flujo de visitantes y por ende un mayor volumen de ventas” de los arrendatarios²¹⁸. Durante el primer trimestre del 2016, por el mismo concepto de ingreso de los arrendatarios, Delta continúa siendo la construcción que más ganancias genera con más de 400 millones de pesos, aunque tuvo una reducción de sus ingresos en un 4 % aproximadamente con respecto al mismo periodo en 2015²¹⁹.

²¹⁴ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 25

²¹⁵ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 28.

²¹⁶²¹⁶ Reporte Trimestre primero 2016, Grupo Danhos. <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/1T16.compressed.pdf> Consultada en marzo 2017.

²¹⁷ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 32.

²¹⁸ Reporte Trimestral Segundo Trimestre 2015. Grupo Danhos. P 32

²¹⁹ Reporte Trimestral Primer Trimestre 2016. Grupo Danhos p 28.

El éxito de Delta que se refleja en el número de visitantes al año, ventas y utilidades generadas a las tiendas²²⁰, se ve reflejado en el concepto de renta que cobra la empresa a las marcas que se establecen en el centro comercial, y la renta se convertirá en el elemento primordial de obtención de recursos. Ella se divide, para la empresa, en dos formas diferentes que es fija y variable. La primera es el pago que se estipula por el arrendatario ya sea por metro cuadrado ocupado o por local, mientras que la segunda es el resultado de la diferencia entre renta fija y el porcentaje de las ganancias del arrendatario²²¹, es decir es un extra a la renta fija según las ganancias de los locatarios. La empresa Danhos tiene sus mayores ingresos por el concepto de renta fija, 66%, seguido de los cobros de mantenimiento y operación con el 10%²²²

Las empresas inmobiliarias tienen, en general, un sistema de cobro de rentas en los centros comerciales en el que cuando se trata de un local de poca dimensión territorial o un kiosco²²³ se cobrará una renta mensual que oscilará entre 10 y 15 mil pesos, e incluso como inversión inicial podría oscilar los 500 mil pesos²²⁴, pero no todos los kioscos tienen el mismo valor ya que es común que se permita la instalación de ellos en épocas específicas como Navidad, 14 de febrero, día de muertos o *Halloween*, en esos momentos la renta puede duplicar su valor debido a que se renta por un tiempo corto y determinado, la mayoría de esas tiendas que realizan esas actividades son las marcas reconocidas que intentan realizar alguna promoción o brindar alguna oferta. Si se trata de una tienda o un local grande la renta será por metro cuadrado, además de que se le solicitará al arrendatario que

²²⁰ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p 25 Consultada en marzo 2017.

²²¹ Reporte Trimestral Primer Trimestre 2016. Grupo Danhos p 36.

²²² Reporte Trimestral Primer Trimestre 2016. Grupo Danhos p 20.

²²³ Kiosco son estructuras metálicas comerciales que pueden ser solo uno o varios anaquel, o un templete abierto que ocupan un espacio delimitado y se localizan únicamente en los pasillos o en los lugares “vacíos” de la plaza, con lo que se aprovecha cualquier espacio. Si el centro comercial es abierto es común que los kioscos estén fácilmente señalados por sombrillas o techos de algún otro material. En Delta los kioscos están entre las escaleras al interior de los pasillos que todos son techados.

²²⁴ López, Jesús. 2015. *¿Cuánto cuesta instalar un kiosco en una plaza comercial?* En Forbes 22 de enero 2015 <http://www.forbes.com.mx/cuanto-cuesta-instalar-un-kiosco-en-una-plaza-comercial/> Consultada diciembre 2015.

ocupe la totalidad del local para que no haya la percepción de un lugar vacío, y la renta dependerá del destino que tenga cada metro cuadrado ocupado.

La idea de no dejar espacios vacíos repercute directamente en el encarecimiento o abaratamiento de la renta dentro de una plaza comercial, ya que mientras más espacios disponibles existan significa que hay una menor demanda, y son los centros comerciales con menor demanda los que están destinados a fracasar pues en los clientes se genera la idea de que ahí “no hay nada” o no hay una diversidad de oferta, esto a su vez provoca carencias de clientes, lo que ocasiona que menos tiendas estén interesadas en rentar en ese lugar. Es común encontrar que los centros comerciales de menor éxito los que cuentan con una ocupación de espacio disponible de menos del 50%, como Sendero Ecatepec, City Shops Valle Dorado, Center Plaza Ecatepec, o Plaza Central²²⁵, lugares donde ha fallado la ubicación o la oferta hacia el interior no es acorde con el nivel socioeconómico de la población en el radio de influencia. Es por eso que Danhos se puede considerar una empresa exitosa debido a que a pesar de que algunos de sus desarrollos comerciales están localizados en zonas de frontera o de intercambio socioeconómico, es capaz de mantener la misma oferta en tiendas en casi todos los centros comerciales que le retribuye en forma de renta debido a que las marcas buscan que Danhos los incluya dentro de sus comercios a causa de que garantizan éxito en ventas por el gran flujo de personas. Aquí se mezclan la ubicación del centro comercial, el manejo de tiendas y del espacio ocupado al interior de la plaza para generar el éxito económico.

Las rentas en Delta no son tan costosas si se considera que es uno de los cinco centros comerciales más visitados de la ciudad de México junto con Centro Comercial Santa Fe, Perisur, Fórum Buenavista y Plaza Universidad, aunque en promedio no figura cerca de los precios que imponen por metro cuadrado entre otras Antara Polanco o Plaza Universidad que en promedio el metro cuadrado está entre

²²⁵ Valle, Ana. 2014. *Los Centros Comerciales más solitarios*. En El Financiero 29 de abril 2014. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/los-centros-comerciales-mas-solitarios.html> Diciembre 2014.

35 y 50 dólares, mientras que los kioscos cuestan hasta 2050 dólares²²⁶. La diferencia sustancial es el tipo de tiendas que están al interior de la plaza, algo que en Delta se trata de “mejorar” con la ampliación del centro comercial. Los centros comerciales donde existe un promedio más caro por metro cuadrado son: Perisur, donde se cobra hasta 90 dólares, seguida de Plaza Satélite con 80 dólares, Santa Fe, Galerías y Antara donde rondan los 60 y 70 dólares²²⁷.

La empresa administradora, en este caso Danhos, cuida que las tiendas que lleguen a instalarse les representen ganancias o un nuevo concepto que no está en la plaza, o incluso puede vigilar que quien ocupe un local pequeño o kiosco no ejerza una competencia real contra algún otro inquilino de mayor importancia²²⁸. Para la empresa siempre será importante que la marca que llegue a ocupar un espacio en la plaza comercial tenga la capacidad económica de sostener el local y que no represente un riesgo de mudanza en un corto periodo de tiempo.

Aunque por otro lado es también común que la empresa administradora niegue la renovación de contrato a una tienda ya sea por motivos de que pretende elevar el precio de la renta o simplemente porque se tenga la creencia de que la tienda no representa algún beneficio para la plaza. También el que la plaza niegue un espacio o pida la salida de una marca se da porque existen tiendas de prestigio que busquen ingresar a la plaza, pero no exista lugar disponible. Esto es precisamente lo que ocurrió en Delta con la empresa *Crepes & Waffles*, a la que la administración del centro comercial no le renovó el contrato a inicios de 2015 por lo que la tienda cadena de comida tuvo que salir de la plaza²²⁹, en su lugar está el *Applebee's*, otra cadena de restaurantes que ofrece pescados, mariscos, cortes de carne, etcétera, aunque después de la ampliación, se estableció una nueva zona de alimentos a la

²²⁶ En Terra.com <http://economia.terra.com.mx/santa-fe-antara-arcos-plaza-universidad-y-perisur-los-mas-caros.d57625b1c597f206a68a9bf438cca04d1hz5RCRD.html> Consultada noviembre 2014.

²²⁷ López Edgar. 2014. *Los Malls con rentas más caras*. En El Financiero 15 de abril 2014. <http://www.elfinanciero.com.mx/fotogalerias/los-malls-con-rentas-mas-caras.html> Consultada abril 2016.

²²⁸ López, Jesús. 2015. *¿Cuánto cuesta instalar un kiosco en una plaza comercial?* En Forbes 22 de enero 2015 <http://www.forbes.com.mx/cuanto-cuesta-instalar-un-kiosco-en-una-plaza-comercial/> Consultada diciembre 2015.

²²⁹ Entrevista realizada el 23 de enero de 2016 a una trabajadora de la tienda que laboró en Delta desde la apertura hasta el cierre de la tienda por pedido de la administración.

que se volvió a incluir *Crepes & Waffles*. El cambio de inquilino también le puede representar a la empresa alguna ganancia ya que el nuevo ocupante deberá pagar por concepto de admisión de inquilinos. Por ese concepto tan solo en el periodo de ampliación de Delta y Tezontle Danhos recibió alrededor de 108 millones de pesos en el primer cuatrimestre del 2015²³⁰.

Es política de la empresa ajustar la renta fija cada que un contrato con un arrendatario termine para ajustarlo con la inflación, en Delta de 2010 a 2013 la renta se elevó en 7%²³¹. Mientras que en general en todas las propiedades de la Fibra el promedio mensual de la renta fija se elevó en un 5% los primeros meses de 2016 con referencia al mismo periodo en 2015, por lo que se coloca en 385.6 (tan solo para Delta en 2013 el promedio mensual era de 274 pesos por metro cuadrado²³²) pesos mensuales por metro cuadrado, aunque el precio variará según el tipo de tienda que se trate. Si se considera todo el año 2015 e inicio del 2016, el aumento en los costos de renta para todos los centros comerciales de Danhos subió en un 9%²³³.

La renta promedio más cara es para la tienda departamental, los metros cuadrados destinados a tiendas departamentales, servicios financieros y minoristas especializados, tienen aparentemente las rentas más caras por metro cuadrado²³⁴, además se debe considerar que en las tiendas departamentales las rentas dependen del uso que se le da a cada metro cuadrado. Esto se evidencia en que, si se consideran solo las tiendas ancla de Parque Delta, Liverpool, Soriana y Cinemex, representan el 48% del total de ingresos por concepto de renta fija, lo que representó en la mitad del año de 2013 139 millones de pesos²³⁵.

²³⁰ Valle, Ana. 2015 *Expansiones de Danhos dan frutos; Recibió 108 mdp por Tezontle y Danhos*. En El 28 de abril 2015. Financiero. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/expansiones-de-danhos-dan-frutos-recio-108-mdp-por-tezontle-y-delta.html> Consultada diciembre 2015.

²³¹ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p41 Consultada en diciembre 2017

²³² En Fibra Danhos: <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p 220. Consultada en diciembre 2017.

²³³ Reporte trimestral primer trimestre 2016. Danhos p.32.

²³⁴ Reporte trimestral primer trimestre 2016. Danhos p.30.

²³⁵ En Fibra Danhos <http://www.fibradanhos.com.mx/wp-content/uploads/2014/04/Prospecto-Definitivo.pdf> p 45 Consultada en diciembre 2017.

En otro rubro importante en el que la administración de la plaza obtiene ganancias, es en el servicio de estacionamiento. El costo promedio de su uso es de 15 pesos la primera hora, posteriormente se cobran 4 pesos cada 15 minutos. Los fines de semana manejan la promoción de que la séptima y octava hora no tienen costo, aunque en caso de llegar a la novena hora se cobrarían todas las nueve horas en total. Esto hace que las ganancias de Danhos por este concepto sean de aproximadamente el 10% de sus ingresos, lo que representa 67 millones de pesos²³⁶.

Delta cuenta con 2238 cajones de estacionamiento actualmente los que en algunos horarios son insuficientes. Danhos también ha sido, según ellos mismos, un generador de un sistema automatizado en los centros comerciales que señala la ocupación de una sección e indica con una luz verde los cajones desocupados. Para Danhos en general se produce una ganancia del 10% de sus ingresos por concepto de estacionamiento, aunque ha bajado del 13% que se obtuvo en 2012, presumiblemente debido a que la empresa COPEMSA opera algunos estacionamientos de sus nuevos desarrollos como el de Torre Virreyes, El Toreo, Parque Tezontle y Parque Duraznos.

En Parque Delta es común observar que por las tardes, en especial de los viernes, sábados, domingos y días festivos el estacionamiento que se avisa que el estacionamiento está lleno, por lo que sobre Obrero Mundial y Viaducto suelen hacerse filas para entrar al centro comercial, esto da a entender la gran afluencia con la que cuenta la plaza y el éxito que representa el cobro del estacionamiento ya que esos días la plaza se convierte también en solo centro de reunión. Según datos oficiales, a la plaza llegan más de 18,500 personas, de las cuales el 65% llegan en auto particular, esto se suma a la carga vehicular que se estima en casi 18 mil autos por hora, mientras que el resto en transporte público, que se menciona en el programa de impacto urbano, es suficiente, sin embargo, en ambas líneas del metro que cruzan por ahí, la 3 y la 9, son constantes las saturaciones que incluso

²³⁶ Reporte trimestral primer trimestre 2016. Danhos p 20 y 21.

convierten incluso inaccesible el servicio. Es decir, la construcción de Parque Delta contribuyó a la sobre saturación de la zona circundante.

Debido a las largas filas es ya común que sobre la avenida Obrero Mundial, así como calles aledañas se presten las calles como estacionamiento aparentemente cuidadas por franeleros que llegan a cobrar hasta 70 pesos por permitir a un automóvil estacionarse ahí en un día y horario de mucha afluencia. El costo promedio “normal” oscila entre los 20 y 30 pesos por tiempo libre. Cabe resaltar que las colonias Buenos Aires y Doctores, localizadas exactamente del otro lado de la plaza son conocidas por su inseguridad y vender autopartes de automóviles presumiblemente robadas, por tal motivo la gente no duda en pagar a los franeleros por el supuesto cuidado de los autos.

Es también debido a la inseguridad que priva en la zona que la oferta de estacionamiento de la plaza tiene un rotundo éxito. Incluso la primera necesidad de ampliación que tuvo Delta fue la del estacionamiento, posteriormente se proyectó ampliar también el centro comercial. Con la expansión se construirán 834 nuevos cajones, de los cuales 705 serán de uso exclusivo del centro comercial, se destinarán 27 para para personas con alguna discapacidad mientras que a la nueva agencia policiaca y cuerpo de granaderos que tendrán su sede en el mismo lote del que ocuparán el 11% de la superficie construida y se les otorgarán 102 lugares²³⁷.

Se debe considerar como gastos de estacionamiento que al mes acuden varias personas a dejar abonos de pagos a algunas de las tiendas, en especial Liverpool, a realizar algún pago de servicios o por algún servicio financiero en los bancos ahí ubicados, son visitas que pueden no exceder los 15 minutos, sin embargo deben dejar los automóviles en el estacionamiento y pagar la hora completa, la gente menciona que prefieren dejarlo al interior de la plaza que afuera por los robos que suceden en la zona, además de que es de mucho mayor comodidad²³⁸.

²³⁷ Redacción. *Vecinos de Narvarte siguen negándose a ampliación de Parque Delta*. En Más por Más. 12 de mayo 2015. <http://www.maspormas.com/2015/05/12/vecinos-de-narvarte-siguen-negandose-a-ampliacion-de-parque-delta/> Consultada diciembre 2016.

²³⁸ Entrevistas realizadas en diferentes días a visitantes del centro comercial.

Si se consideran las visitas al cine, las de compras y pagos, una persona con automóvil visita el centro comercial Delta al menos dos veces por semana, algunos visitantes refieren que prefieren asistir a Delta que realizar un pago o transacción bancaria dentro de la plaza por mayor seguridad, esto es en especial las personas que viven cerca de Delta²³⁹. Estos factores provocan que el estacionamiento de Delta produzca ganancias para la empresa, aunque los visitantes no consuman en sus visitas.

A esta oferta desde el último trimestre del 2015, la administración de la plaza incorporó la figura del *Vallet parking*, aunque las personas deben entrar al estacionamiento y conducir hasta donde se encuentran los acomodadores el costo es en promedio 20 % más elevado que el costo real del estacionamiento. Aunque el servicio real es dejar el automóvil cerca de la salida, pues funciona como un sistema de apartado en el que la persona no tiene que buscar por todo el estacionamiento un lugar disponible. En la época navideña este sistema redituaba en gran manera a la empresa.

Para Danhos el incremento de afluencia en El Toreo y Tezontle han provocado mayores ganancias en el rubro de estacionamiento de las plazas y de la empresa²⁴⁰. También a esto responde el interés de la ampliación del estacionamiento en Parque Delta, aunque sea común que muchas personas asisten a las plazas comerciales como un lugar de encuentro o de esparcimiento, el entrar en coche representará ya en sí mismo una ganancia para la empresa y un gasto para el usuario. En los años recientes, y posterior a concluida la ampliación de la plaza comercial, Danhos reportó un incremento de 89% en rentas variables que son producto del incremento de ventas y el mayor flujo de visitantes, esto ha provocado que la empresa aumentara en alrededor de 19% sus ganancias durante el primer trimestre del 2018²⁴¹.

²³⁹ Entrevistas realizadas en diferentes días a visitantes del centro comercial.

²⁴⁰ Reporte trimestral primer trimestre 2016. Danhos p 21

²⁴¹ Valle, Ana. 2018. *¿Cuánto cuesta rentar un local en un centro comercial?* En Expansión en Alianza Con CNN. 4 de mayo de 2018. <https://expansion.mx/empresas/2017/05/04/cuanto-cuesta-rentar-un-local-en-un-centro-comercial> Consultada el junio 2019.

Como se observa Plaza Delta es un gran activo para la empresa Danhos por generar ganancias millonarias. Un aspecto primordial es la generación de una renta de monopolio que ejerce dentro de su espacio, el mismo éxito y la certeza de ganancias para las tiendas, provoca el mismo encarecimiento de la renta. La localización ha sido importante ya que permitió que desde el inicio se eliminara la competencia desde la misma fase de construcción. Además de que tuvieron accesibilidad relativamente fácil al terreno que, aunque era un recinto deportivo, era ya un centro de reunión conocido en la ciudad, además de que se ha beneficiado en parte por las mejoras urbanas que ha realizado la delegación en la colonia Narvarte.

La zona donde se localiza Parque Delta ha sufrido algunas modificaciones como lo es la mejora o aumento de oferta en el transporte público con la inclusión de la línea 2 del Metrobús, inaugurada en 2007, que se anunció su construcción en enero de 2007 y comenzó a utilizarse en diciembre de 2008, que pasa por la puerta principal del centro comercial. Aunque como argumenta Pradilla (2008; 52), los centros comerciales en general benefician y propician el uso del automóvil, aunado a que las adecuaciones viales complican el paso peatonal, la construcción del Metrobús también corresponde a la necesidad de brindar opciones de transporte público en la zona. Aunque en ocasiones la construcción de este tipo de transporte corresponde también a la necesidad de eliminar otro tipo de transporte público (como los microbuses) que ayudan a congestionar la zona, aunque la eliminación de hasta tres carriles en avenida Viaducto ha provocado una mayor carga vehicular por la zona de Delta.

En el frente del Panteón Francés, como se mencionó párrafos atrás, se retiraron puestos ambulantes mientras se regeneraban las banquetas y los pasos peatonales que corren desde Viaducto hasta Eje 3 Oriente, cuando terminó la adecuación volvieron los ambulantes instalarse en este mismo lugar, pero de manera paulatina y no en la misma cantidad que se tenía, aunque poco a poco se volvió a llenar de comercio informal principalmente de puestos de comida y flores.

La delegación Miguel Hidalgo, también modificó el cruce entre avenida Cuauhtémoc y Viaducto, al construir un retorno sobre Viaducto para que los vehículos que viajan en dirección oriente – poniente puedan dar vuelta en “u” e incorporarse rápidamente a la misma vialidad en sentido contrario, esto permite que los automóviles puedan incorporarse a la calle Xochicalco donde se localiza también la entrada al estacionamiento de la plaza. Aunque la obra pretendía mejorar el paso peatonal, en realidad ha significado un problema pues en ningún momento dejan de transitar coches. Es común que al centro comercial arriben personas que llegan en metro desde la estación Centro Médico, por lo que tienen que pasar por este cruce.

4.6 Delta: zonas económicas y cambios de uso de suelo.

La construcción de plaza Parque Delta ha influenciado en la modificación de ciertas actividades a los alrededores de la plaza. En especial con la generación de locales comerciales, principalmente de comida y mini supers, aunque existen ya bares, aunque estos proliferan en casi cualquier lugar de la ciudad, sobre la calle Obrero Mundial a un costado de lo que ahora es el nuevo estacionamiento del centro comercial, se aprecia el cambio que se ha tenido en la infraestructura, ya que existen dos mini plazas comerciales que tiene un Banco Santander, dos restaurantes uno Wing-Stoppe y un Bísquets Obregón, un 7-Eleven con comercios locales como lavandería y un centro financiero inmobiliario.

El principal detonador que plaza Parque Delta estaba tipificado en los planes urbanos de la Delegación Benito Juárez hasta el 2005 como un predio con la posibilidad de conformación de nodos estratégicos de desarrollo para el uso “de áreas de desarrollo mixto o de servicio”²⁴², mientras que, en los predios cercanos a la ampliación del centro comercial, ya en la colonia Narvarte Poniente, existe una clara división entre el uso habitacional, mixto y de equipamiento.

En otra dirección, como lo es al noreste, en contra esquina del centro comercial, en la colonia Roma Sur, los mapas de uso de suelo muestran algunos cambios, en especial en las esquinas donde se ha cambiado de un uso de suelo destinado a

²⁴² Programa de Desarrollo Urbano Delegación Benito Juárez 2005, Gaceta Oficial 6 de mayo 2005. P 100

vivienda y ahora tiene uso mixto entre habitacional y comercio; además de que las dimensiones permitidas se han modificado.

Si bien el centro comercial no es el causante de estos cambios, marcan primero al introducir a amplios sectores de la sociedad en la actividad comercial, la cual ha aumentado de forma evidente en la zona. No obstante, existen otras partes, como la colonia Buenos Aires, localizada justo al norte de Delta, del otro lado del Viaducto, en la parte de atrás del Panteón Francés, que no ha sufrido modificaciones aparentes, aunque se debe considerar que esa zona de la ciudad es ya tradicional que es utilizada para realizar acciones de compraventa de autopartes para automóviles. Ese tipo de comercio es el que predomina en todo el sector, por lo que el uso de suelo es mixto entre habitacional y comercial (mapa 12 y 13). Sobre avenida Cuauhtémoc, con dirección al sur y justo con el cruce con Eje 3 Oriente, se localiza el Hospital Centro Médico General Siglo XXI, alrededor de este se encuentran también diversos locales que ofertan algún servicio médico, medicinas o remedios. También sobre Eje 3, está ubicado el Centro Dermatológico Dr. Lidislao de la Pascua, alrededor del cual también se localizan comercios que complementan esta actividad.

En el estudio de impacto urbano de la ampliación del centro comercial, se insistía que la construcción del centro comercial había provocado “el crecimiento del uso de suelo comercial, administrativo, etc. Donde las oficinas, despachos y consultorios tratan de confundirse con la imagen habitacional de la zona”.

A pesar de mostrar un cambio en la imagen urbana de la zona, el nivel socioeconómico de los alrededores no se ha modificado, y se sigue ubicando en el mismo nivel, a excepción de la colonia Buenos Aires y Doctores que se identifica como un sector más bajo en nivel socioeconómico de todo lo que rodea al centro comercial. Es decir, la modificación en uso de suelo no se ha expresado en una mejora en nivel económico (mapa 14).

La influencia de Parque *Delta* a los alrededores se entiende más al apreciar de que esa plaza es la más visitada de la zona, ya que cuenta con casi un millón y medio de visitantes al año, lo que lo hace el onceavo centro comercial más visitado de la

ciudad y el más exitoso en el centro-oriente²⁴³. Sobre avenida Cuauhtémoc, en dirección al sur, se localizan otros 3 centros comerciales, aunque como se ha mencionado, éstos no han tenido el mismo éxito, y su atracción principal son los cines o también son visitados para pago de servicios.

La realización de la presente cartografía con metodología y datos obtenidos de AMAI, presenta algunas diferencias con respecto a los datos obtenidos de INEGI. La mayor diferencia se aprecia en la segmentación de los sectores socioeconómicos, según se obtiene de los datos de INEGI, toda la zona de influencia abarca únicamente dos divisiones, y estas pertenecen a los sectores 6 y 7, los más altos que se manejan en esta metodología, y el único sector correspondiente a 6 es el de la colonia Buenos Aires. De ser cierto este procedimiento, toda la zona de influencia del centro comercial correspondería a clases altas.

Si se consideran los datos que ofrece AMAI, la segmentación es mucho mayor puesto que aparecen al menos 4 grandes sectores socioeconómicos en la misma zona de influencia de la plaza. Lo que aquí coincide en ambos mapas es que los niveles que se clasifican que se aparecen son de clases económicas medias y altas, aunque a diferencia de lo que se obtiene como resultado con INEGI, con los datos AMAI la zona económica alta es solamente lo que corresponde a la colonia Roma Sur.

Otro de los puntos coincidentes en ambas metodologías es que la sección correspondiente a la colonia Buenos Aires la clasificación es la más baja de la zona circundante de Plaza Parque Delta, en este caso es corresponde a la letra D, que es incluso de los segmentos más bajos. Estos resultados también encuentran significación con el cambio de demarcación administrativa, a partir de Viaducto inicia la Delegación Cuauhtémoc, una de las delegaciones con menores índices socioeconómicos de la ciudad.

²⁴³ Miz Medios: *alcance y precisión de medios*. <http://mixmediossa.com/pcetramrosario.pdf> Consultada enero 2015.

CENTROS COMERCIALES DE LA ZCMV

NORMATIVIDAD DE USO DE SUELO 1997



USOS DE SUELO

- Centro de barrio
- Centro de barrio
- Equipamiento
- Espacio abierto
- Habitacional
- Habitacional con comercio
- Habitacional mixto
- Programa parcial

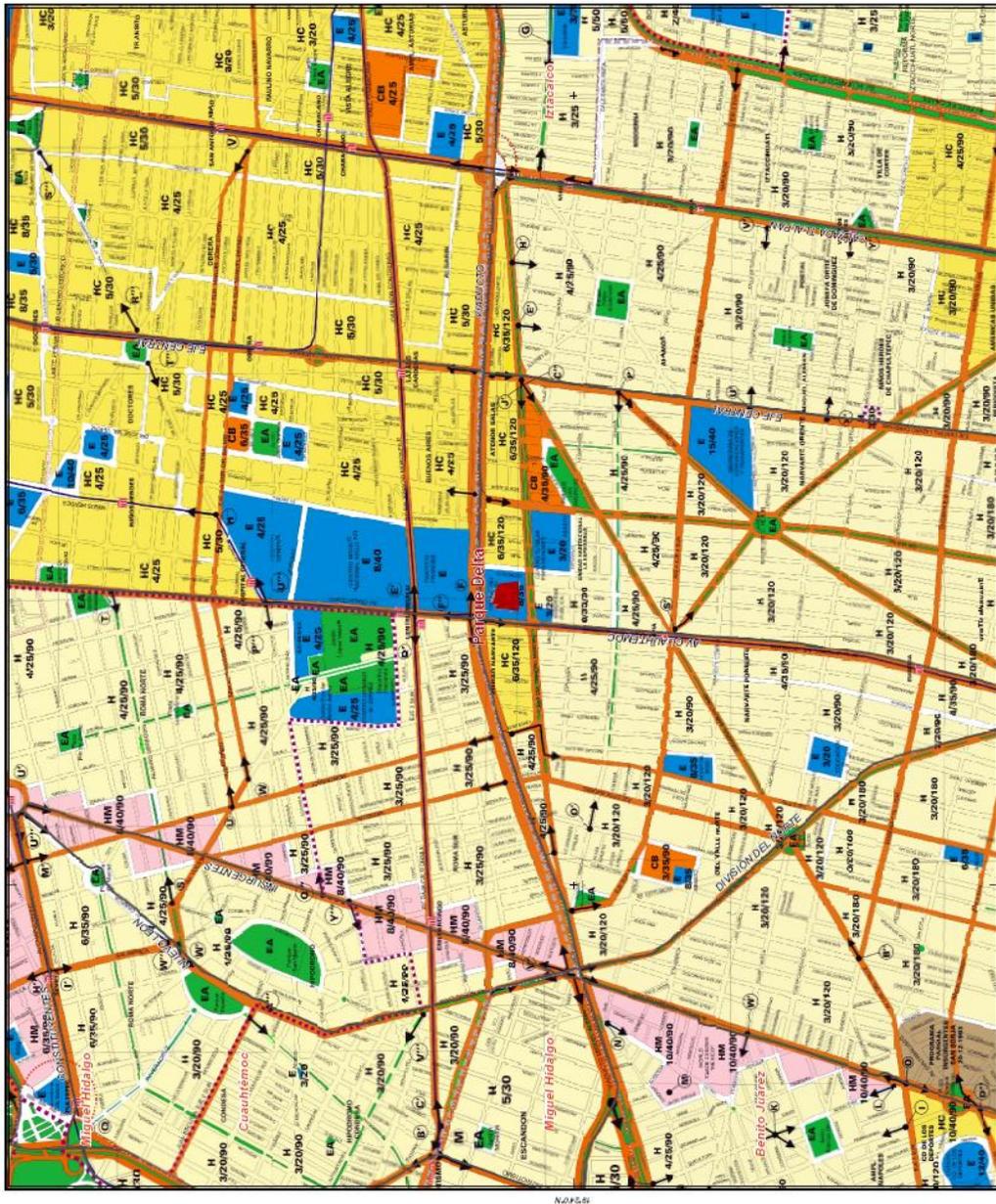
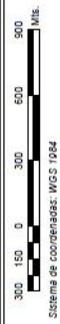
INFORMACIÓN GENERAL

VIALIDADES

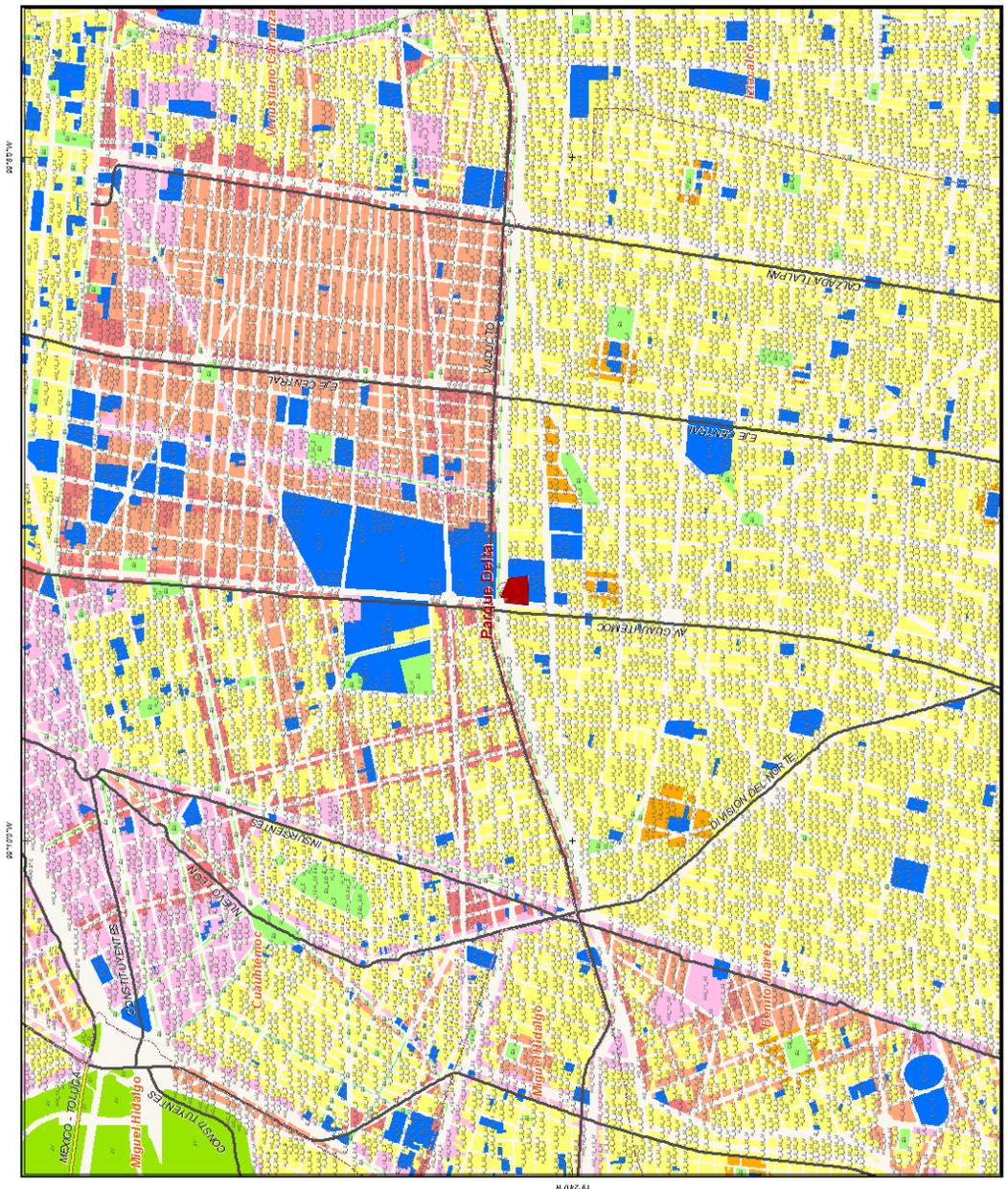
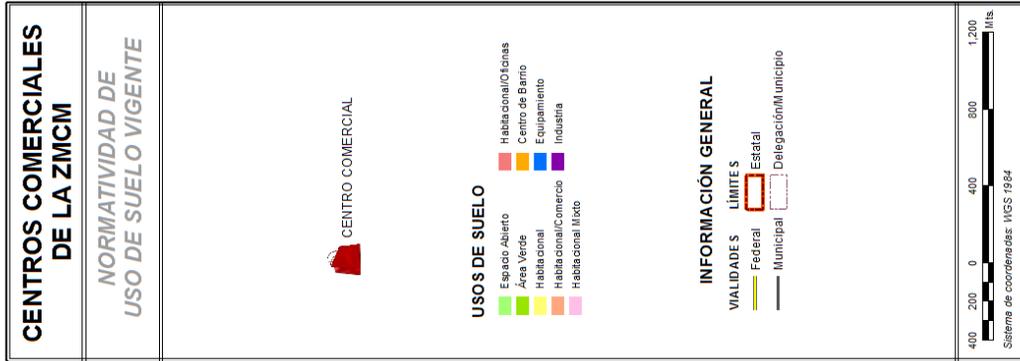
- Federal
- Municipal

LÍMITES

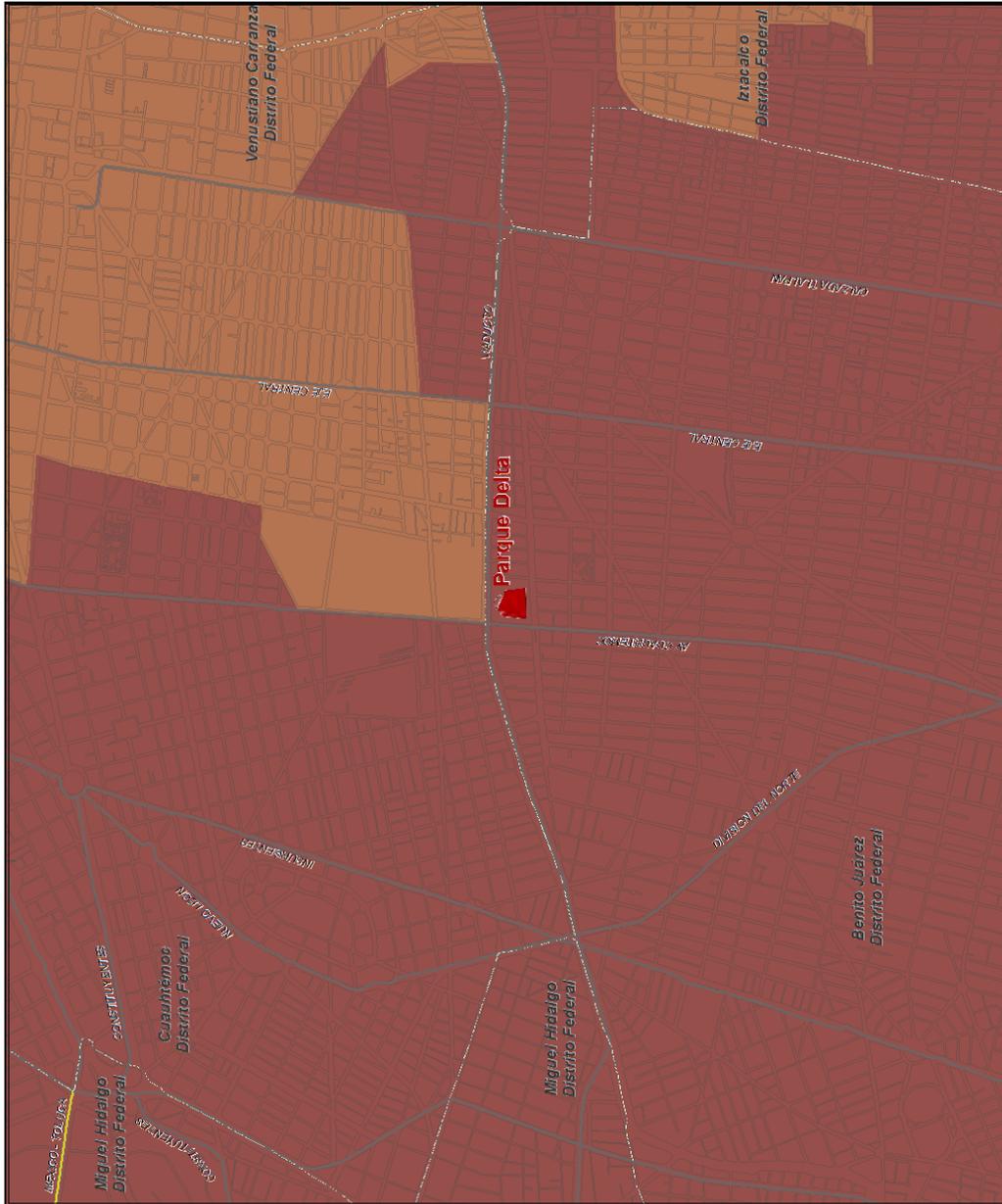
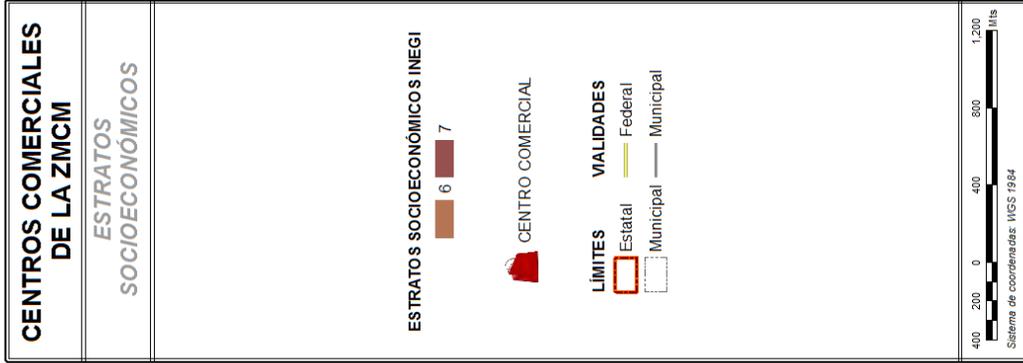
- Estatal
- Delegación/Municipio



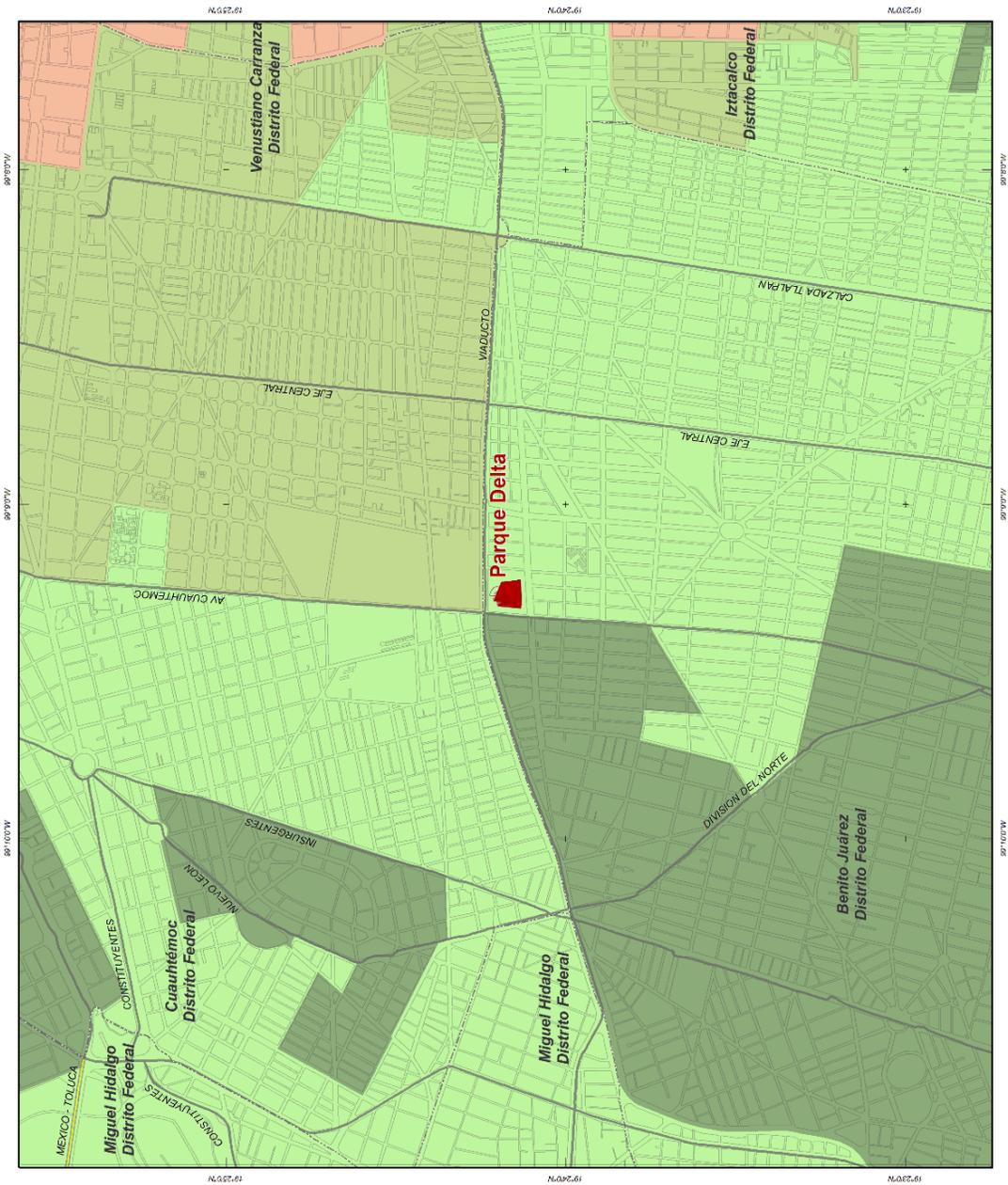
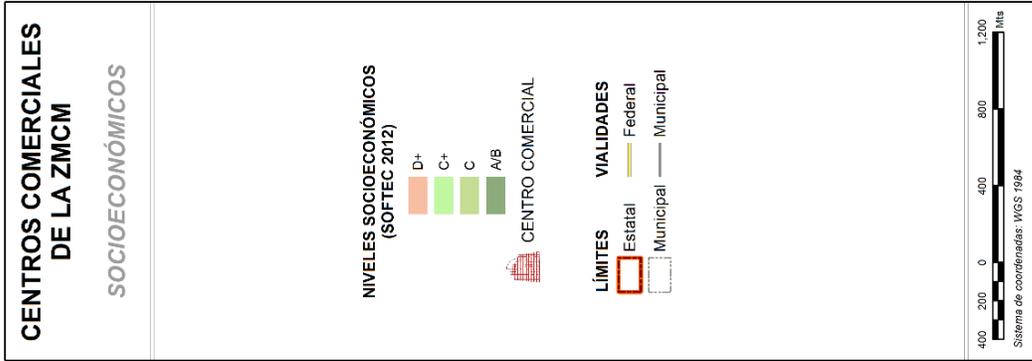
Mapa 12: Usos de suelo Parque Delta 1997



Mapa 13. Uso de suelo actual Parque Delta



Mapa 14: estrato socioeconómico Parque Delta



Mapa 15: Parque Delta, AMAI 2014.

La zona que más extensión territorial ocupa, es la correspondiente a clases medias, la misma área la ocupa la zona de mayor clasificación que es la AB, aunque en el punto cardinal más opuesto, que corresponde a la zona de la colonia Narvarte y una sección de menor extensión en los límites de la delegación Miguel Hidalgo. Mientras que el centro comercial se localiza en la sección C y C´+. En estos dos es que está localizada la plaza comercial. Estos resultados coinciden con la propia clasificación que efectuó la empresa Danhos y es precisamente la población entre esos niveles económicos a las que el centro comercial está dirigido.

La plaza Parque Delta está enclavada en una zona de transición, por lo que se encuentran diferentes niveles socioeconómicos alrededor de la plaza. Esta diferencia ha beneficiado a la empresa inmobiliaria por el concepto de combinación de tiendas ancla y sub-ancas, además de que se han complementado con la oferta de servicios financieros y administrativos, cuestión que provoca más visitantes al día (mapa 15).

Además, la localización en un punto donde confluyen tres unidades administrativas diferentes, Benito Juárez, Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc, al menos dos tienen proyectos políticos distintos, esto podría propiciar que en esa zona de la ciudad las diferencias sociales se evidencien más en algún momento.

Capítulo 5. Más allá de las plazas: empresas, espacio y estilo de vida

Los centros comerciales tienen diversas características en su estructura, su interior y sus resultados. Como se ha mencionado, se han convertido en un elemento importante y característico en la ciudad neoliberal ya que colaboran en configurar diversos aspectos distintivos de esta época por lo que son parte de la reproducción de un espacio acorde a esta etapa del capitalismo. Los centros comerciales se han convertido en un elemento común para la población en la vida cotidiana de la población, por lo que esto ha generado distintas consecuencias económicas en especial para las distintas instancias gubernamentales y para las empresas desarrolladoras, esto debido a que también son muestras de crecimiento económico, de desarrollo y modernidad de la urbe.

Las plazas comerciales tienen también como características las formas de trabajo que son típicas de la etapa neoliberal, ya que la mayoría de las personas que laboran ahí lo hacen mediante el modelo de subcontratación, con un salario variable ya que son por resultados o comisiones, además de que en muchas ocasiones el lugar de empleo es también variable según las necesidades de la tienda que se trate. Esto ha ocurrido en México principalmente con las reformas laborales de, al menos, el 2012, cuando se avaló la flexibilidad laboral en pro de la contratación de un mayor número de personas, aunque esto acarrió un empleo más precario en todo el país.

Dentro de la etapa neoliberal, es común que se hable sobre la ciudad global en discursos académicos, empresariales y políticos, por ejemplo, Miguel Ángel Mancera, en enero de 2016, cuando era jefe de gobierno, informó que la Ciudad de México se encaminaba a convertirse en ciudad global²⁴⁴, por lo que buscaba cerrar negociaciones con distintas instituciones económicas a nivel internacional. Para lograr ese objetivo, para los gobiernos es fundamental generar polos de atracción económica, por lo que la construcción de infraestructura urbana es básica, llamativa

²⁴⁴ Redacción de Excelsior. *CDMX avanza para convertirse en ciudad global*. En Excelsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/01/22/1070501> Visto en diciembre de 2018.

y, por lo general, representa el retorno de la inversión además de ganancias para los inversores y para el propio gobierno. Aunque las características que ayudan a definir lo que es ciudad global, podrían redefinirse como una ciudad neoliberal, en la cual están insertas la mayoría de las urbes mexicanas.

5.1 Las plazas comerciales: característica de en ciudad neoliberal

Las plazas comerciales, al menos en los discursos políticos y económicos, pueden convertirse en símbolos de las ciudades, ellas evidencian una transformación que es comercializada como mejoramiento urbano, como solucionadora de problemáticas y que ayuda a la urbe a convertirse en global y, por lo tanto, a atraer más inversión privada, lo que a su vez ayudará a una mejora social. El centro comercial es entonces un producto inmobiliario que conforma “parte de un repertorio de oferta internacional” que además ayuda a que exista una “fragmentación social como consecuencia de la fragmentación material” de la ciudad (Janoschka y Glasce, 2003: 14, 15).

Patricia Ramírez Kuri menciona que los centros comerciales son una muestra y un camino para que la ciudad de México esté en busca de convertirse en una ciudad global. Ella basa su argumento en que las plazas son “espacios de consumo, símbolos de modernización y progreso”, además evidencian la “articulación de la Ciudad de México con la economía global” esto a pesar de que pueden romper la armonía social, económica o cultural del lugar donde se trate, esto se da especialmente con la reestructuración del sistema económico dominante, que se proyecta en la producción y reproducción del espacio urbano, que a su vez reorganiza todas las actividades productivas (Ramírez, 1994: 43, 44). Aunque es necesario reconocer estas reorganizaciones de actividades como parte de un proceso capitalista que busca un reacomodo en la generación de ganancias, por lo que está lejos de ser algo novedoso o exclusivo de esta época.

Como se mencionó párrafos arriba, el decir que la Ciudad de México esté en camino de convertirse en ciudad global, no parece más que una parte del discurso. Blanca

Ramírez²⁴⁵ (2008: 123,124 y128), menciona que el término de ciudad global inserta a los territorios a los grupos sociales en una “reproducción internacional” de libre mercado, por lo que lo correcto sería referirse a ciudad neoliberal, pues esto enfatiza diversos procesos que resultaron, en el siglo XXI, en “una ciudad para ricos, segura y con protección; atractiva para los negocios de los desarrolladores de los servicios financieros [...] a diferencia de los barrios bajos que siguen en su proceso de pauperización y pobreza. Esto provoca que el desarrollo desigual urbano continúe, aunque con características propias de la época en la que también se transforman las formas urbanas, pero también las formas de generación de plusvalor, por lo que modificar las estructuras laborales es fundamental. Dentro de las características típicas de la ciudad neoliberal, Ramírez (2008: 128) también nombra la existencia de una división entre “las élites financieras y la gran masa de trabajadores de servicios con salarios bajos”.

La reserva laboral es necesaria para la reproducción de las ciudades neoliberales, por lo tanto, en ningún momento se buscará en realidad la solución total de las problemáticas sociales, como la falta de empleo o la insatisfacción de servicios, sino que estas se conviertan en oportunidades para la inversión, por lo tanto, el construir un centro comercial no significará, necesariamente, la mejor urbana de una zona sino que pudiera representar la oportunidad de explotar las diferencias urbanas y sociales. Existen diferentes ejemplos al respecto, pues actualmente se han construido diversas plazas comerciales que rompen con la “armonía” urbana al no corresponder lo ofrecido con el mercado más próximo, o que incluso funcionan como barreras socioeconómicas, algunos ejemplos de esto serían Plaza Fórum Buenavista, Carso o Parque Delta, pues las tres se localizan en zonas limítrofes entre distintas zonas socioeconómicas y con fronteras con colonias con alto índice delictivo. Bajo esta ruptura también es posible una reorganización de los estilos de vida ya que comúnmente se rompe con rutinas y con interacciones sociales (Janoschka y Glasce, 2003: 15, 16).

²⁴⁵ Que hace un análisis de una intervención de David Harvey en la UAM de la Ciudad de México en 2007.

Las grandes empresas constructoras de los centros comerciales se ven entonces beneficiadas de la población circundante en la que aparecerá una reserva laboral y esta será una forma de involucrar a la población cercana, además de distintas actividades que se pueden interpretar como públicas. Ramírez Kuri (1994: 46) menciona que son las plazas comerciales polos de atracción que generan dinamismo económico y principalmente un símbolo de la tercerización económica producto de una etapa mundial en la que lo que se privilegia son las actividades reconocidas como del sector terciario. Aunque el que el centro comercial sea un polo de atracción no es solo producto de esta época económica, pues Finol (2006: 459) explica que las antiguas plazas tenían distintas funciones que van desde escenarios políticos, culturales, religiosos y comerciales, cuestiones que, aunque de manera diferente, aún existen, pero ahora como parte de fomentar nuevos estilos de vida que estén acordes con la época del consumo en la que se vive hoy en día.

Emilio Pradilla (2008: 50, 51) también argumenta que los centros comerciales son nuevas centralidades producto de los sectores empresariales urbanos, ya que con los corredores terciarios se colabora en que surjan precisamente las nuevas subcentralidades en la ciudad en especial como nodos de densificación y de atracción de inversión, esto se ha convertido en un proceso que inició en especial en la década de 1980. Esto se da porque las plazas se convierten en polos de atracción de inversión y centros de donde obtener plusvalor a partir de diferentes dinámicas como la concentración de servicios financieros y de aprovechar las características sociales existentes como las zonas de menor nivel adquisitivo que se localicen cercanas a los nuevos centros comerciales, aunque es común que quienes trabajen en un centro comercial, provengan de distintos lugares de la ciudad, incluso de zonas muy distantes.

Los centros comerciales, según Pradilla, fueron las claves para que surgieran y crecieran las nuevas centralidades y los corredores terciarios, pues atraieron inversión bancaria y con ello aglomeración económica, y posteriormente este mismo proceso atrajo vivienda y fraccionamientos. Un ejemplo que utiliza el mismo Pradilla (2008: 51) es Perisur, que consolidó en la década de 1990 un gran corredor terciario

que se consolidó sobre Avenida de los Insurgentes hasta la salida a Cuernavaca, Morelos, ya que esta plaza se convirtió en una de las más grandes en cuanto a extensión territorial, lo que permitió que en ella se aglomerasen un mayor número de tiendas y de productos, además que prácticamente a contra esquina se construyó en la segunda mitad de la misma década, el centro financiero Inbursa, que en conjunto con la zona de hospitales han construido una de las zonas más grandes de la ciudad destinadas a la actividad terciaria.

José Gasca, afirma que la actual aumento e importancia de los urbanismos orientados al consumo y al sector servicios, es producto de que las “formas de organización espaciales heredadas de las décadas anteriores están sucumbiendo frente a los procesos de reestructuración productiva y el rápido ascenso de los circuitos de la economía de los servicio” (Gasca, 2019: 81). Las formas de inversión actuales, continúa Gasca, son para buscar aumentar la eficiencia de las marcas y la relocalización de las actividades, por lo que “se han expandido procesos de subcontratación” Gasca, 2019: 81). Al considerar lo anterior es que Gasca también comenta que los centros comerciales en México siguen una tendencia mundial en la que se generan nuevas centralidades, al menos en el caso de los más grandes o de mayor demanda (Gasca, 2017, 2019) como lo es Delta o, por el número de visitantes al mes, como el CETRAM El Rosario.

El que los centros comerciales sean productores de nuevas centralidades urbanas también es resultado de las tendencias de una ciudad neoliberal, pues en primera instancia la masificación en su construcción buscaba que la población pudiera alejarse de las antiguas centralidades y sus problemáticas, por lo que lo que se pretendía en varios casos era convertirse en espacios exclusivos, de ahí que se dé el inicio de una nueva centralidad, aunque en lo que esto ocurre ayudan a conformar corredores debido a que en esas partes de la ciudad el éxito económico de las plazas ya existentes pudiera garantizar el éxito del nuevo inmueble lo que provocará que el corredor continúe formándose y creciendo.

Existen diferentes ejemplos de este tipo de centros comerciales como lo puede ser Plaza Carso, localizada en la zona de Polanco, que no está conformada totalmente

como una centralidad, aunque si forma parte de un nodo o complejo financiero y de vivienda. Carso se localiza en una zona frontera entre dos colonias con características socioeconómicas diferentes, y con la llegada de este proyecto urbano en el que además de la plaza se han construido torres habitacionales, se pretendía aprovechar el terreno existente y brindar un espacio seguro a los nuevos habitantes, por lo que se cumple una característica que es alejar o separar a sectores económicos diferentes. Carso cuenta además con oferta cultural y de autoservicio con lo que se pretende posicionarse como una fuerte centralidad en el occidente de la ciudad. Este tipo de oferta urbana desplaza y reordena centralidades originales a los centros secundarios (Pradilla y Pino; 2004. 82), mientras que el gobierno mediante diferentes reglamentaciones intenta recuperar la centralidad principal como lo fue el Bando Dos impulsado durante la jefatura de gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2000-2006).

Pero no todos los académicos piensan que los centros comerciales generan corredores terciarios o nuevas centralidades, Lulle y Paquette (2007: 49, 51) opinan que los centros comerciales no conforman sub – centros o nuevas centralidades por sí mismos o solos, pues no cuentan con elementos fundamentales en el urbanismo central y que existe en los corredores terciarios como lo son:” cultura, patrimonio, recreación, educación, religión, administración, etcétera”, además de espacios públicos. Aunque estos autores (2007: 336, 337) sí aceptan que puedan existir nuevas centralidades y que el ámbito comercial sea parte de la recomposición urbana. También Lulle y Paquette, (2007: 345, 346) refieren que las centralidades o sub-centralidades siempre son difusas por lo que no es una tarea sencilla identificarlas, además de que estas, junto con los corredores terciarios, tienen el objetivo de realizar una distribución armónica de personas, actividades y equipamientos. Aunque esto no necesariamente sucede, ya que el empresario urbano lo que busca es un sitio donde pueda invertir y obtener ganancias. Es decir, la centralidad sí ocurre pero en modo de aglomeración comercial, se le quita a los antiguos centros económicos el protagonismo y este se divide en varios sub centros comerciales, aunque no han conseguido ser las únicas grandes centralidades que concentren todo tipo de actividad, en algunos casos ni siquiera es el objetivo de los

desarrolladores urbanos, aunque en varios casos sí ocurre así, quizá no se ha conseguido del todo pero los empresarios realizan esfuerzos por lograrlo aunque sea a pequeña escala.

Sería un error argumentar que los casi 200 centros comerciales funcionan de la misma manera o ejercen la misma presión o influencia, pero sin duda que una gran cantidad de ellos sí cuentan con todos los elementos para considerarse como una centralidad, Pradilla habla que se carecen de ciertos elementos, pero, por ejemplo, plaza Loreto, Inbursa y Carso, como se habló antes, tienen actividades culturales e incluso museos, esta es una actividad predominante en esos centros comerciales, además que cuentan con espacio para el esparcimiento de niños y como centro de reunión. Por lo que puede argumentarse que sí cuentan con todos los elementos para contarlos como centralidades o sub-centralidades. En plaza Buenavista se realizan actividades auspiciadas por gobierno federal y distrital, en los que aparecen conciertos, obras de teatro, bailes, entre otros. Plaza Delta comúnmente tiene eventos de menor aforo pero que buscan ser una oferta mayor como lo son eventos de disfraces o para niños, en casi todas las plazas se realizan adornos según las temporadas, como ofrendas, que buscan convertirse en un atractivo más, también son comunes también las firmas de autógrafos de personas famosas o eventos privados, por lo que es común que sí existan actividades ajenas al comercio, aunque en un espacio mucho más reducido.

Patricia Ramírez, desde 1993 (en Lulle y Paquette, 2007: 340), ya argumentaba que las actividades que realizan al interior de los centros comerciales generan dinámicas específicas en su entorno, una de las principales son el aumento del tráfico vehicular y el establecimiento de comercio formal e informal así como de ciertos servicios, lo que en conjunto permiten la construcción de una nueva centralidad en un proceso que es típico de la globalización neoliberal, pues mientras los nuevos espacios urbanos adquieren significación económica y simbólica. El intento de generar y consolidar nuevas centralidades es característico de la globalización neoliberal en la que los sectores empresariales privados tienen la mayor significación, ya que

ellos generan que la antigua centralidad deje de tener importancia para la población y la inversión ya no se realice en ese en esos lugares.

Las nuevas sub-centralidades se dan por lo general en zonas identificadas por una población de recursos económicos medios y altos, como lo son Polanco, Santa Fe, o el sur de la ciudad, pero no son las únicas ya que también existen en zonas de clases populares o medias bajas, esto es al norte u oriente de la ZMCM, donde pareciera más evidente este tipo de procesos, aunque por una dinámica diferente que es la distancia con los antiguos centros. Distintos empresarios han realizado inversiones en estas zonas, nuevamente el ejemplo más claro es Carlos Slim, que ha invertido en uno de los municipios más violentos y con mayor pobreza en la ZMCM como lo es Nezahualcóyotl, donde se han construido distintos complejos urbanos que no se han limitado a inversores comerciales sino a una variedad de inmuebles que alienten la actividad financiera, e incluso recreativa, aunado al sector vivienda que continúa masificándose hacia estos sectores de la ciudad, con lo que se muestra de nueva cuenta la relación estrecha entre los sectores inversores, ya que son comunes los créditos para que las personas puedan conseguir una vivienda propia, que complementan estas nuevas centralidades. El aumento de las centralidades en los límites territoriales de la ZMCM conlleva también aumento en la población circundante.

El aumento de centralidades demuestra las alianzas entre el empresariado o el Estado que se da dentro del sistema neoliberal, ya que, a pesar de mostrar los efectos negativos que puede ocasionar una nueva centralidad en la que no se ha tenido un control en la densidad demográfica, carga vehicular, afectación al medio ambiente, es incapaz de limitar el crecimiento o regular el crecimiento de las centralidades, y al contrario los impulsa o al menos lo permite, todas las alianzas se realizan con los sectores privados de mayor presencia y prestigio en el país.

Lulle y Paquette (2007: 347) hacen un recorrido por diferentes programas urbanos del Distrito Federal como lo es el Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana, en el que se precisa que podrán coexistir nuevas centralidades “si cumplieran con una serie de criterios, que podemos considerar muy restrictivos,

entre ellos se ubicaran “a una distancia conveniente respecto a los lugares donde existirán los centros urbanos y de aquellos donde están o deberían estar los demás subcentros”. Esto podría dar la idea de que existen en realidad reglamentaciones que limiten el crecimiento desordenado y sin planeación de la ciudad, aunque la realidad indica que este tipo de planes son modificados constantemente, aunque la relación entre empresa – Estado es opaca al menos en este sentido, aunque no aparece visible una estrategia de integrar las nuevas centralidades en la zona metropolitana. Por lo que al momento de hacer ciudad la relación entre empresa – Estado es la que interviene para modificar estilos de vida y costumbres de los pobladores.

La reorganización de los estilos de vida es entonces también producto de la acumulación del capital que propicia una homogeneidad cultural y en algún momento la eliminación de la historia, esto como parte de la comprensión del espacio tiempo que genera crisis identitarias y prácticas urbanas excluyentes (Harvey, 2001: 142), los centros comerciales son un ejemplo evidente de estas prácticas excluyentes que permean en los estilos de vida y transforma las realidades sociales.

Las plazas comerciales también pueden tener una “función integradora del espacio” (Janoschka y Glasce, 2003: 16), en especial cuando se conjunta con otro tipo de urbanizaciones. Es así como en algunas zonas colindante se han construido “plazas comerciales, así como centros financieros, hospitales y educativos, que tienen por objetivo la satisfacción de una demanda cada vez mayor” (Valverde, 2003: 55) y que unifican diversas secciones de la ciudad antes dispersas. El que exista un crecimiento en la demanda está relacionado al crecimiento de una ciudad, en la que en primera instancia se buscó suelo barato y de grandes extensiones para facilitar la construcción de diferentes urbanizaciones, entre ellas las plazas comerciales (Aguilar, 2006: 5), y después integrar esa zona a la dinámica urbana.

La construcción de los centros comerciales es entonces una parte del crecimiento desordenado de la ciudad, que vuelven lugares comunes o con una dinámica específica en un espacio que ha sido producido por agentes que ostentan el poder

económico y político para realizar prácticas que les permiten el control de dicho espacio y obtener ganancias. Esto genera que se produzca un cambio de uso del suelo diferente al esperado, incluso después de construida la plaza esta puede tener diferentes usos, ya sea uso meramente de consumo, de ocio o de reunión (Muñoz, 2008: 46).

Las plazas comerciales no solo son vistos como centros de reunión o de consumo, pues se pueden considerar como parte de un sistema de vigilancia, control y dominio existente en la ciudad, pues, según Michael Foucault, (en Valenzuela, 2003: 46) es a partir del siglo XVIII que el urbanismo figura entre los instrumentos que son parte de las estructuras de poder para vigilar y tomar control y regulación social, esto funciona por el discurso de que los centros comerciales son espacios donde se brinda seguridad, ante lo cual todas personas, por dentro y fuera, deben estar vigiladas y cuidadas de que no cometan algún acto no propio de los centros comerciales. Por lo tanto, analizar los *malls*, permiten visibilizar algunos de los procesos de construcción de la “nueva ciudad” mediante los cuales se lleva a cabo segregación, fragmentación y control espacial.

Las soluciones a problemas sociales como la violencia e inseguridad ayudan a la mercantilización del espacio, esto es un tema común dentro de la etapa neoliberal del capitalismo, en el que la vigilancia es una forma de exclusión (Janoschka y Glasce, 2003: 9). Es entonces que se conjuntan dos dinámicas características de los urbanismos típicos de la etapa económica actual: la vigilancia, exclusión, y de manera simultánea la acumulación de capital, esta última cuestión presente en prácticamente todas las ciudades del mundo, y que a su vez se convierte en un sello distintivo cuando una urbe pretende volverse en competitiva, es entonces que las grandes construcciones arquitectónicas sirven para presentar una imagen estética que evidencie el poder económico y político existente, aunque esto tenga poca interacción con el medio circundante (Harvey y Smith, 2005: 51-52). Esto a su vez hace que la mayoría de las ciudades en el mundo tengan elementos similares.

Todas las urbanizaciones están realizadas por distintos agentes principalmente privados, aunque también pueden incluirse distintos niveles de gobierno. Los

agentes urbanos, según Capel (1974: 19), son “los propietarios de los medios de producción; los propietarios del suelo: los promotores inmobiliarios y las empresas de la construcción, y, por último, los organismos públicos” que moldean la ciudad. Entonces el agente es toda entidad que ayuda a construir ciudad o producir espacios urbanos específicos. Indagar entre los principales agentes es fundamental, ya que al obtener ese tipo de información se puede apreciar la importancia que tenga cada agente y su papel en el proceso de construcción de centros comerciales y por ende en la producción del espacio urbano.

La sociedad civil, principalmente en cualquier forma organizada, también deberá incluirse como algún agente innovador y urbano, debido a que puede llegar a concentrar cierto poder principalmente en rechazo al poder económico y político, su influencia o el poder que puedan tener modificará algún proyecto o plan urbano, por lo general esa influencia es la prohibición o la limitación de la construcción. Un ejemplo sería el rechazo que causó en 1997 la construcción del corporativo Inbursa, vecinos y organizaciones civiles se opusieron al proyecto lo que ocasionó que se modificara del original. Aunque no siempre hay rechazos o disputas, ya que en Parque Tezontle se tuvo también una fuerte oposición vecinal al centro comercial, sin embargo, el desarrollo urbano concluyó con el aval y el acuerdo entre organizaciones sociales, gobierno local y empresa desarrolladora.

Grupo Carso y Grupo Danhos, resultan tener historias diferentes, pero actualmente son de las que mayor importancia y significación tienen en la edificación de la ciudad neoliberal. A partir de ellos es que se puede identificar distintas problemáticas que pueden ser características de casi todos los centros comerciales que se construyen en el país, así como las soluciones que se les haya dado, en caso de haberlas, a las mismas problemáticas. Se puede comprender las causas que se les de facilidades para construcción o como se benefician por parte de algunas políticas urbanas, incluso se aprecia la cercanía con los diversos niveles de gobierno.

La ciudad tiene una diversidad de usos de suelo, esto se demuestra en las distintas actividades que se realizan en ella. Uno de los principales es el residencial, aunado al industrial, públicos y comercial, además de los servicios que cubren las

necesidades de la población, como lo son las escuelas y hospitales, incluso en algunas ciudades existe aún espacio destinado a actividades primarias. Son precisamente estos usos lo que demostrará, dentro del capitalismo, el avance y crecimiento que tenga una sociedad, por lo que se conformarán también como un elemento distintivo de cada urbe.

Las interacciones sociales son las que dotan de significado cada elemento de la ciudad, por lo que la importancia que pueda tener cierto espacio es siempre resultado de la sociedad que lo ocupe o de los agentes que lo hayan impulsado. En este caso también se va a evidenciar las relaciones entre el gobierno y las empresas, ya que por lo general una zona de desarrolla por la intervención de ambos. Es así como el CETRAM El Rosario es una conjunción de ambos agentes, por lo que este se pretende crezca en importancia y se convierta en un inmueble que se repita en diversas partes de la ciudad de México.

Aunque esto puede conllevar cambios en las estructuras económicas de la población local e incluso en los estilos de vida. Esto también está estrechamente ligado con una escala global ya que lo que se busca es la refuncionalización de la urbe, así como la modernización de distintos espacios en función con los requerimientos que el proceso globalizador impone, por lo que a los antiguos espacios se les completa con nuevos usos que pueden ser en parte para cubrir las necesidades que le surjan al capital financiero y comercial, mientras que los gobiernos locales pueden beneficiarse con capital político (Cruz y Castillo, 2006: 141).

Es entonces que el papel del gobierno se convierte en fundamental, ya que adquiere un papel de facilitador y generador de todas las condiciones necesarias para que el capital privado pueda funcionar. Incluso, en algunos casos, es el gobierno el que ofrece suelo para que se edifiquen ciertas construcciones, por lo que la distribución de responsabilidades es cada vez más difusa. Anteriormente, las distintas instituciones gubernamentales brindaban las facilidades legales, pero ahora no se conforma con eso, nuevamente el CETRAM El Rosario surge como ejemplo para lo anterior, pues el gobierno local es quién consiguió concentrar el terreno que

posteriormente y lo ofreció a las empresas constructoras por medio de una concesión de derechos bajo el argumento de mejoramiento urbano.

Para la instalación de la infraestructura necesaria, como es la construcción de los caminos, o incluso para la misma construcción de los centros comerciales se requiere en muchas ocasiones la alteración del espacio público, que funciona o funcionaba como un posibilitador de encuentros personales, aunque esto no necesariamente significa una convivencia próxima, pero sí se tenía en la capacidad de reunir diferencias, permitir la mutua observación y posibilitar la comparecencia (Sobaorzo, *et al*, 2003: 40).

Con el avance sobre el espacio público se han roto las rutinas y las posibilidades de convivencia y encuentros, aunque estos pueden darse parcialmente en espacios excluyentes, que al mismo tiempo son destinados para una parcial integración social, aunque en primera instancia funcionan como espacios que son destinados para el consumo. Al respecto Lefebvre argumenta (2008: 123-124) que la segregación se manifiesta y genera rompimiento de las relaciones sociales.

El que el centro comercial sea un espacio destinado al consumo y que esté en prioridad por encima del espacio público, legaliza y justifica que exista una constante vigilancia que es asumida incluso por los mismos visitantes, esto provoca, en voz de Foucault (1982), “el funcionamiento automático del poder”. Por su parte Soja (2008: 430), también sigue a Foucault cuando habla de la vigilancia panóptica desde el control de los accesos ya sea con vigilancia evidente o por circuitos cerrados, que permite exista una vigilancia omnipresente y omniabarcante, además de que esto se naturaliza el evento, por lo que los centros comerciales pueden ser vistos como prisiones panópticas. Esta hipervigilancia genera una justificación, que es el hacer de ese espacio privado uno mejor vigilado y de mayor seguridad por lo que es aceptado vigilar a cada persona que ingrese al centro comercial, por lo que este espacio privado comercial es privilegiado sobre el espacio público además de que sea destinado a un a un sector social en específico, esto es también una tendencia que se da a nivel mundial, sin embargo la masificación de este tipo de establecimientos también acarrea ciertas dificultades para el capital inversor.

La construcción de centros comerciales se ha convertido un proceso urbano tan común que muchos de ellos han perdido la excepcionalidad y se convierten en una misma forma de oferta, lo que entonces entra en escena es la localización que es el elemento que convierte en distintivo a una plaza comercial. La mercancía, cualquiera que esta sea, siempre busca algún elemento distintivo para diferenciarse de las demás. Las plazas ofrecen productos o tiendas específicas con las que intentan distinguirse de las demás plazas, sin embargo, la mayoría de esas tiendas están presentes en la mayoría de los centros comerciales, es cuando aparece la ubicación como una forma de excepcionalidad, empero, este elemento en ocasiones tampoco representa la certeza de brindar un producto único debido a que un lugar próximo pueden existir diversos *malls*.

Harvey (2005: 29) argumenta que la ubicación geográfica es una cualidad excepcional de cualquier elemento inserto en el capitalismo, por lo que el terreno se comercializa como el recurso. Esta es una diferenciación importante de señalar, ya que es entonces que el suelo se convierte en un recurso que explotar y obtener plusvalías, mientras que la localización puede brindarle a ese recurso un plus del cual obtener ganancias, además que la unión del recurso con la ubicación favorece la especulación del recurso. Patricia Ramírez Kuri (1994: 44) agrega que las ciudades actuales o contemporáneas siempre están compitiendo entre ellas para atraer mayor inversión, por lo que ofrecen ventajas en localización y en servicios urbanos.

Este proceso de aumento de plusvalía también acarreará la pérdida de valor de otros sectores de la ciudad, lo que producirá para los poseedores del poder económico algunos beneficios ya que sus nuevas urbanizaciones serán vistas como un punto de avance urbano, de seguridad y de exclusividad, esto lo explica Harvey (2001: 138) al asegura que el capitalismo “siempre prospera con la producción de diferencia” por lo que las consecuencias negativas que propicien pasan a un segundo término pues “trata siempre de crecimiento, sin importar consecuencias ecológicas, sociológicas [...] y siempre se relaciona con cambios tecnológicos y estilos de vida”.

Las estructuras arquitectónicas también se convierten en un aspecto distintivo entre centros comerciales, y por ende entre las ubicaciones geográficas, aunque de la misma manera que con la localización, esos elementos que a primera instancia parecieran distintivos pueden repetirse constantemente. Harvey (2005: 52) menciona que esto también es parte de la preferencia privada por una estética elitista que lleva una gran cantidad de significados que a su vez tienen que ver con la generación de una identidad de la ciudad. Esta elitización arquitectónica acarrea modificaciones relevantes en las actividades cotidianas ya sean estas sociales o incluso económicas, y por lo tanto resulta en modificaciones en actividades cotidianas. (Smith, 2005: 64).

Pero quizá uno de los aspectos más fundamentales que los centros comerciales muestran, es que desde su inicio se estrechó la relación entre el sector inmobiliario y el sector financiero. En medio de las crisis económicas y la devaluación que se sufrió en México, se hizo obligada que los empresarios urbanos promovieran créditos y alianzas con cadenas extranjeras para que se pudieran salvar la inversión y solventar la carencia de ventas (López, 2006: 158). Es por esto que, en el marco de las principales empresas constructoras de centros comerciales en México, tejen alianzas entre las empresas o con el Estado, un caso específico es la aportación de las AFORES para la construcción de los centros comerciales. También se identifican las relativamente nuevas estrategias empresariales para adquirir mayores ganancias como lo es la cotización en la bolsa de valores.

5.2 El centro comercial: ¿espacio público idealizado o espacios de uso público en la ciudad neoliberal?

En el análisis académico de los centros comerciales es común encontrar referencias al espacio público, sin embargo, estas son constantemente idealizadas y sobrevaloradas. Entre los agentes económicos y políticos, el cuidado o generación de un supuesto espacio público es un argumento muy utilizado ya que le funcionará para lograr sus objetivos como la obtención de una mayor plusvalía y justificar sus proyectos sobre zonas que se pudieran considerar conflictivas como lo son las zonas circundantes del nuevo CETRAM El Rosario y Parque Delta, donde se tienen

altos índices delictivos así como tráfico vehicular, falta de lugares para estacionamiento y un gran número de comercio informal. Ante este escenario, es que se presentan los urbanismos comerciales como lugares de reunión y de esparcimiento.

Las empresas, en cooperación con el gobierno, toman las problemáticas existentes como una justificación para introducir “mejoras” en el entorno urbano y así generar mayor inversión y ganancias. Las formas en que el empresariado adquiere plusvalía dependen en gran parte del tipo de inmueble que se construya y de las relaciones económicas o políticas que hayan logrado asegurar. Hay zonas en las que las empresas solo aprovechan un territorio disponible para desarrollar sus centros comerciales y, en relación con las características socioeconómicas de la zona, buscan generar un entorno adecuado para sus intereses.

El analizar los grandes centros comerciales, y en especial los ejemplos que aquí se tratan, permite identificar las modificaciones de uso de suelo que se generaron, los cuales son parte de las características de la ciudad neoliberal, aunque también tienen distintas causas, como lo es una planeación urbana gubernamental mediante la que intenta regenerar toda una zona de la ciudad, por ejemplo, como lo es el CETRAM El Rosario que la construcción del centro comercial es parte de una estrategia de mejora urbana, que ha permitido a la zona de Azcapotzalco elevar su plusvalía en los últimos años²⁴⁶. Para las autoridades locales y estatales mejorar la imagen y movilidad urbana ha sido fundamental, y ha sido precisamente el argumento de la movilidad, lo que en gran parte provocó la reconstrucción del paradero de El Rosario, el que al convertirlo en centro comercial tuvieron la justificación ideal para se remover a un alto número de comerciantes informales que circundaban en antiguo paradero, con lo que se “eliminó” una actividad que generaba diversos problemas en la zona como inseguridad o contaminación.

²⁴⁶ Ruiz, Esau. 2017. *Azcapotzalco: LA nueva zona de plusvalía de la Ciudad de México*. En: Espacio y Plusvalía. 24 de abril de 2017. <https://espacioyplusvalia.wordpress.com/2017/04/24/azcapotzalco-la-nueva-zona-de-plusvalia-de-la-ciudad-de-mexico/>. Consultada en Junio 2019

En algunos casos las modificaciones hacia el exterior que provocan las empresas constructoras de los centros comerciales son pequeñas como permitir una mayor densidad comercial o mayor flujo de personas. Si la influencia del centro comercial es alta, como en el caso de Delta, el uso del suelo se ve altamente modificado, ya que el paisaje urbano se ha modificado con la construcción de los centros comerciales, por lo que las viviendas o negocios circundantes también es común que se modifiquen, pues la densidad o la altura permitida pueden elevarse, por esto los precios de las rentas o ventas de los terrenos se eleven, incluso puede darse una presión sobre dueños de diferentes predios para provocar una expansión comercial. Esto a su vez genera nuevas estructuras urbanas que van acordes a la nueva imagen urbana que también es impulsada por los planes gubernamentales que apoyan el nuevo urbanismo. Aunque también se debe considerar que es común que, en las zonas de descarga de mercancía de las plazas, existe por lo general un proceso contrario pues las viviendas suelen devaluarse debido al constante flujo vehicular de camiones de carga que generan más tráfico y ruido principalmente en la noche.

Los centros comerciales grandes muestran diferentes tendencias en cuanto a influencia, generación de espacios o de centralidades y de corredores terciarios, además de que las inmobiliarias modifican la estructura urbana según sean sus objetivos comerciales y el poder económico que tengan además de las alianzas con el poder político. Es por eso que es necesario identificar a las empresas inmobiliarias para comprender sus objetivos y las intenciones urbanas que se traducirán en modificaciones en el espacio ciudadano. Al analizar dos empresas en el presente trabajo, se identifican dos tipos de repercusiones que contienen elementos principales, aunque se diferencian debido a las especificidades de ellas.

Es común que se hable que, a través de los centros comerciales, funcionan como parte de la ciudad neoliberal, se modifique el espacio público. Desde la perspectiva gubernamental y empresarial, los centros comerciales permiten la accesibilidad a cualquier persona, propician actividades recreativas, culturales y hasta deportivas con distintos eventos que se organizan al interior o en los estacionamientos, como

conciertos, desfiles de modas, exposiciones de arte, ferias, obras de teatro, torneos de ajedrez, concursos de fútbol, entre otros, y todos de acceso gratuito y donde se garantiza la seguridad de los visitantes. Esto ha ocurrido, desde la perspectiva de José Gasca Zamora²⁴⁷, esto ha ocurrido por la necesidad por parte de las administraciones de diversificar la oferta de los centros comerciales y para no ofrecer solo comercio, pues debido a las ventas por internet, el centro comercial solo como espacio de consumo podría sucumbir.

Para Patricia Ramírez Kuri (1994: 43) lo que se oferta al interior del centro comercial no debería ser visto como espacio público, ya que son actividades meramente de uso privado, pues ahí se realizan, al menos en un gran porcentaje, las actividades que al gran capital inmobiliario le interesa difundir para que logre cumplir sus objetivos, como lo es la actividad comercial. Además, el que al interior del centro comercial exista una libertad de tránsito no significa que eso pueda tener características públicas, pues en un espacio público externo es que en los privados no todos pueden tener acceso.

Desde la perspectiva de Ramírez Kuri (1994; 2015), en la etapa neoliberal se está dando el proceso de aniquilación o muerte de la ciudad exterior, ya que los lugares públicos pueden llegar a convertirse solo en lugares de paso y no en formas en que la ciudadanía pueda expresarse, comunicarse o incluso reunirse, esta podría parecer un argumento catastrofista y limitante, pero la tendencia indica que el futuro así podría ser ya que pareciera que los únicos lugares donde puedan realizarse estas actividades son en los centros comerciales o lugares privados, esto debido a que Ramírez Kuri (2008, 7) argumenta que en el espacio público es donde “converge la diferencia, donde unos y otros aprenden a vivir juntos y a compartir valores tales como el respeto, la solidaridad y la tolerancia”.

Bajo la misma perspectiva está Alicia Ziccardi (2015: 192 - 197) quien además menciona que los espacios públicos son plazas comunales, parques, calles, zonas

²⁴⁷ En entrevista publicada en El Sol de México. En: Zamarrón, Israel, 2018. *Centros Comerciales, sustitutos del espacio público*. En El Sol de México, 15 de octubre de 2018. <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/cdmx/centros-comerciales-sustitutos-del-espacio-publico-2138807.html> Visto junio 2019.

culturales, y deportivos, donde se valoriza la vida comunitaria y comunitaria. Además, Ziccardi (2015: 214) explica desde su perspectiva la importancia que tiene el espacio público para la población y para las instancias gubernamentales, al decir que las diferencias entre los espacios públicos y privados radica en “el predominio de valores y prácticas sociales que exaltan el individualismo y la competencia en lugar de la cooperación y solidaridad” aunque también menciona que el espacio público está constantemente bajo amenaza por “la violencia, la inseguridad y las actividades delictivas que se desarrollan en los mismos”.

Sin embargo, esta idealización del espacio público pudiera ser contradictoria y dotar de argumentación a la privatización que se da dentro de la actual etapa del capitalismo. Pues, en diferentes casos, con los centros comerciales las calles se han mejorado en equipamiento, se mejora el alumbrado y se les da mantenimiento, aunque eso sea solo para facilitar el tránsito más no funciona como lugar de unidad; las zonas culturales son, en ocasiones, para eventos elitizados donde no todas las personas pueden tener acceso o donde se realicen actividades en beneficio de la comunidad, pues además, como se mencionó, en los centros comerciales cada vez es más común que existan este de eventos culturales. Lo mismo podría decirse de otro tipo de actividades que le son per se dadas al espacio público. Sin embargo, bajo esta perspectiva no se consideran diversos elementos como las relaciones de poder que le dan sentido a un espacio, sea público o privado, y que funciona de manera muy diferente a la mencionada idealización, pues desde la perspectiva gubernamental el apoyar o incentivar algún espacio público, puede deberse, por ejemplo, solo a un objetivo electoral.

Carla Felipe y Blanca Ramírez (2016: 41-42) explican que el espacio público es un elemento de discusión debido a que existe una diversidad de espacios públicos, por lo que “cada quien hace un uso del concepto de acuerdo con las necesidades que persigue [...] no existe un solo espacio que se comporte de una forma similar, porque esto depende las prácticas cotidianas de clase de los grupos que se lo apropian”. También Felipe y Ramírez (2016: 43-44), mencionan que los gobiernos y el sector privado territorializan los espacios, pues mientras “los espacios públicos

tradicionales, como la plaza, el parque y el jardín, son utilizados en su gran mayoría por las clases populares” por su parte para las clases altas, su cotidianidad “ son los espacios de uso público, como los centros comerciales y los clubes”. Esta visión, rompe entonces con la idea de aquel espacio ideal, de unión y comunidad, pues, aunque grupos distintos, por cualquier causa, puedan ocupar al mismo tiempo un lugar, por lo general tampoco se generará una convivencia.

El generar distintos espacios con las mismas características y actividades, al menos dentro del análisis de los centros comerciales, evidencia una segmentación social, por lo que se podrán convertir en espacios privados de uso público, pero estarán lejos de generar las condiciones de convivencia ideal. Estos espacios privatizados, como los centros comerciales, también tendrán como característica las políticas de contención y control social, que, como menciona González Luna (2013), “han impulsado para que los capitales privados tomen mayor control sobre las condiciones generales de producción, a partir del despojo y privatizaciones de bienes y servicios públicos”. Esto es, la privatización o control de ciertas actividades por parte del gran capital, ha provocado la existencia de espacios excluyentes y que se pierda la generación de una comunidad.

Los empresarios constructores de centros comerciales evidencian su poderío al privatizar actividades y espacios, por lo que la apropiación de la ciudad se da por parte de los sectores empresariales y no por la ciudadanía, incluso las actividades que se dan son las sugeridas por los administradores empresariales de las plazas y no las que satisfacen las necesidades de la población. Los centros comerciales tienen una alta importancia en este proceso, Padilla (2008; 51) lo explica al decir que “los centros comerciales son construcciones empresariales, de propiedad privada, cerradas y controladas por instituciones privadas, diseñadas y operados para promover el intercambio” y el consumo, al mismo tiempo que moldean elementos recreativos, del tiempo libre y de entretenimiento.

En algunos centros comerciales se distingue la transformación de un espacio privado con actividades públicas que son destinadas a distintos grupos sociales, por ejemplo, los desfiles de modas de marcas de renombre en plazas como Delta, Carso

o Antara. O exposiciones artísticas en Inbursa o Loreto. En cuanto a transformación urbana, la empresa Danhos ha modificado diversas zonas de la ciudad, como la que corresponde a Delta, donde se modificó la actividad ahí existente y por lo tanto la imagen, o en el Toreo, que se convirtió en unos de los centros comerciales más lujosos de la ciudad, o en Parque Tezontle, donde anteriormente eran baldíos o parques públicos que poco a poco se fueron transformando en tiendas de autoservicio hasta convertirse en uno de los desarrollos más importantes de la inmobiliaria.

Por su parte, la construcción de plaza Carso conlleva una transformación de un espacio público como lo son los paraderos de autobuses, que son aprovechados para ejercer el comercio ordenado, regulado y administrado por la inmobiliaria a concesión de las autoridades locales, esto ocurre en Ciudad Azteca o CETRAM El Rosario. Aunque esta empresa inmobiliaria tiene otras características de transformar antiguos espacios como lo es la modificación de las fábricas de papel localizadas al sur de la ciudad y convertirlas hacia el sector terciario, no solo con centros comerciales sino con corporativos, como lo es el Centro Comercial Inbursa (Plaza Cuicuilco), que, aunque el centro comercial es un lugar abierto, al estar alejado de las principales rutas de acceso y medios de transporta, se convierte en un espacio selecto que representa el cambio de actividad. Además de que se aprovechó de la zona arqueológica Cuicuilco para generar mayor impacto.

La expansión de los centros comerciales que provoca la modificación urbana o la modificación de actividades, ha provocado protestas de diversos sectores de la sociedad que buscaban impedir la privatización, aunque en algunos casos lo que se buscaba por medio de las protestas era obtener un beneficio propio, por lo general fue la defensa de lo público sobre lo privado lo que se generalizó, en especial en Parque Tezontle e Inbursa, ya que las sociedades vecinales avisaban de los posibles riesgos y modificaciones que tendría todo el espacio circundante, como lo era la eliminación de áreas verdes, segmentación de la sociedad, encarecimiento del uso de suelo y de los servicios además de la complicación en la obtención de recursos como el agua que escasea por la zona, aunado a el posible

daño a las zonas arqueológicas en Cuicuilco, pero en ambos casos, al igual que en Delta, la resultante fue la división de la sociedad.

El separar a los sectores sociales es una apuesta de los empresarios inmobiliarios que les permiten contar con mayores ganancias, ya que la segmentación que ellos propician obliga a que se construyan o edifiquen plazas comerciales destinadas a todos los grupos sociales para que cada persona asista al *mall* que le corresponde.

Emilio Pradilla (2008), menciona que una gran problemática es la planeación urbana que no se realiza con la finalidad de preservar los instrumentos que poseía la antigua centralidad sino en pro de la competitividad y la producción capitalista, por lo que es evidente que los gobiernos más recientes del Distrito Federal y del estado mexiquense no han podido ni pretenden detener el avance de los centros comerciales ni siquiera su impacto negativo debido a que en el discurso estos generan empleos y desarrollo económico. Las privatizaciones, aunque no solo pro construir centros comerciales, son de las consecuencias, de una política urbana que privilegia lo privado por sobre lo público, y que fomentan el encierro y las practicas excluyentes y la inseguridad por el miedo a lo ajeno, a lo que no genera una identidad.

Los empresarios urbanos que diseñan los centros comerciales son conscientes de lo que la nueva ciudad está perdiendo, por lo tanto, existen centros comerciales que intentan simular al exterior con espacios abiertos, uno de ellos es Plaza Antara que solo los locales están bajo techo e incluso se simulan diferentes características climáticas, pero que en todo momento el paso es solo a personas que cumplan con ciertos rasgos económicos, por lo que se impiden el paso a personas ajenas a estos espacios. Al respecto Pradilla (2008: 52) explica que en los centros comerciales cuentan en su interior con diseños para tener un control total mediante sistemas de vigilancia y arquitecturas que permiten la exclusión y autoexclusión con el pretexto de brindar seguridad, ante lo cual se realiza un ejercicio de privatización de calles y zonas públicas, aunado a que se privilegia el uso del automóvil para que se realice cierta simulación de lo que es la vida al exterior, pero sin los peligros que se encuentran fuera de los límites físicos.

Como se ha explicado, este tipo de procesos se profundiza desde la entrada en vigor del neoliberalismo en México y, en especial para Pradilla y Pino (2004: 78), desde la entrada en vigor del TLCAN en 1994, debido a que se extendió la necesidad re funcionalizar el espacio público y construir centros corporativos y lugares para vender de manera masiva los nuevos productos bajo la forma de franquicias de cadenas, además de que aumentan las sucursales y firmas bancarias. Es por ello que se agudiza la necesidad de aumentar los espacios donde se puedan realizar este tipo de actividades, pero el suelo de la ciudad es un bien finito por lo que se vuelve necesario para los inversores urbanos adquirir terrenos donde realizar sus inversiones, por lo que poco a poco crece la presión sobre lugares libres que funcionaban como espacios públicos.

La obtención de terrenos ha cambiado para la inversión inmobiliaria pues al inicio se buscaban los baldíos, sin embargo, al menos en la ciudad de México, este tipo de terrenos es inexistente, por lo que ahora lo que sucede es la compraventa de terreno donde el gran capital “convence” de diferentes maneras a los dueños para lograr la adquisición de un terreno, por lo general la oferta económica es tan grande que es difícil rechazar. Uno de los casos más sonados últimamente en la ciudad de México es la demolición del estadio “Azul” proyectada para 2018 para convertirlo en centro comercial con un gran hotel de lujo, al parecer Grupo Carso estará inserto en la construcción de la nueva estructura urbana, aunque finalmente el proyecto se canceló de manera momentánea²⁴⁸.

Existe una tendencia por parte del gobierno del Distrito Federal, que se da desde el gobierno de López Obrador (2000-2006), en la que se intenta “rescatar” el espacio público desde la perspectiva oficial, por lo que se han hecho acciones en plazas públicas como el centro de Coyoacán, la plaza del Zócalo, la Alameda Central, en la que se ha invertido para mejorar las vialidades de acceso, la pavimentación, disminuir el tráfico vehicular, y limpiar de vendedores informales, aunque todas estas acciones también van encaminadas a beneficiar el comercio formal, por lo que

²⁴⁸ En Empresas de Expansión. *El estadio azul se convertirá en hotel a partir de 2018*. 3 de agosto de 2016. <http://expansion.mx/empresas/2016/08/03/el-estadio-azul-se-convertira-en-un-hotel-a-partir-de-2018> Consultada en agosto de 2016.

la actividad terciaria aún en estas plazas públicas es la actividad principal. Por lo que las prácticas sociales que son las que les dan sentido a lo público han quedado suplantadas.

El que algunos lugares en la ciudad de México se hayan “regenerado”, por ello es por lo que el comercio informal fue removido y aglutinado en lugares cerrados y bajo la normativa legal. Ramírez Kuri (2015: 24) asume que la “ordenación” del sector informal también resulta una práctica que atenta contra el espacio público, del que se benefician económicamente sectores vulnerables de la sociedad, ya que ellos hacen uso comercial del espacio público para obtener los recursos básicos para la sobrevivencia, es decir que un sector de la sociedad utiliza el espacio público como lugar de trabajo, aunque las relaciones de poder también están muy presentes en el ambulante, ya que ciertos sectores deciden quién puede y quién no puede vender en cierto lugar, y es común, que estas relaciones tengan alcances políticos. La reubicación ha significado un fracaso para el gobierno capitalino, que invirtió en este proyecto una gran cantidad de dinero para lograr el ordenamiento, pero los vendedores ambulantes han regresado a las calles y dejado las nuevas plazas para estacionamientos en el mejor de los casos²⁴⁹.

El concentrar el comercio informal en lugares cerrados también representa parte la continuación del proceso de generar espacios comerciales en forma de plazas, aunque este tipo de lugares no se asemeja a los grandes *malls* de las desarrolladoras más importantes del país, incluso los comerciantes informales manifestaron su rechazo a la reubicación además de que varios de ellos manifestaron, después, que esto no había funcionado por lo que preferían abandonar los locales asignados por el gobierno. Ramírez Kuri (2015: 24.) señala un estudio del año 2007 para referirse a que esa regulación del comercio informal se dio hacia lugares que considerados como zonas “menos atractivas para la inversión privada”. Esto demuestra que el sistema gubernamental es aliado de los grandes capitales urbanos por lo que les procuran las mejores zonas de obtención

²⁴⁹ La redacción de 24 horas. *Abandonadas plazas de Ebrard para ambulantes*. En 24 horas <http://www.24-horas.mx/abandonadas-plazas-de-ebard-para-ambulantes/> Consultada en abril 2016.

de ganancias, eliminan cierta competencia y construyen la infraestructura urbana o política necesaria para que tengan éxito.

Los gobiernos que ha tenido el Distrito Federal desde 1997 hasta la actualidad, han sido gobiernos con una supuesta tendencia hacia la izquierda, sin embargo, esto no ha frenado el avance capitalista en sus diferentes características ni tampoco han disminuido sus repercusiones negativas sobre la sociedad. La variedad de centros comerciales en la ciudad, en cuanto a ubicación, empresa desarrolladora, tamaño, entre otras, son una característica de la flexibilidad que adquirió el sistema dominante en la segunda parte del siglo XX. Esta flexibilidad es en parte lo que permite la diferencia de características en económicas y sociales espacios próximos dentro de la misma ciudad, pero son esas diferencias las que permiten a los empresarios obtener mayores plusvalías.

David Harvey (2000, 2001), nombra a este proceso como *desarrollo geográfico desigual*, que lo mismo modifica el lugar físico que las relaciones entre el sector político y el económico, por lo que infiere en modificar las relaciones sociales que dependen de este entramado por, entre otras cosas, las condiciones del empleo y de la movilidad en la ciudad por la que un gran sector de la población se instala en la periferia citadina, lo que provoca a su vez la generación de otros poderes periféricos o que los mismos poderes extiendan su influencia hasta los nuevos límites de la ciudad, por lo que el nuevo territorio que se ha anexado a la urbe tendrá únicamente las características que permitan a los urbanizadores, e incluso al sector político, obtener algún tipo de beneficio. Harvey (2001: 391, 402), a su vez, le da al desarrollo geográfico desigual una gran importancia, ya que sin él el capitalismo no habría podido organizarse ni reorganizarse espacialmente; por lo que es fundamental la alianza entre sectores público-privado, ya que las diferentes instituciones asumen un papel que deben llevar a cabo para que la reproducción espacial se lleve a cabo.

Las privatizaciones atraen un mayor número de inversión, y “configura un nuevo escenario urbano marcado simultáneamente por la privatización de la vida cotidiana para los que puedan pagarla” (Duhau y Giglia, 2004: 168), y de manera paulatina,

se apropia de actividades públicas que pudieran servir realmente como formas de expresión para la población.

5.3 Los pasos del sector inmobiliario para producir espacio urbano neoliberal en la ciudad de México.

La ciudad de México es un lugar predilecto para que las grandes empresas desarrolladoras realicen inversiones inmobiliarias, es por ello que el sector empresarial se ha convertido en un elemento primordial de transformación urbana al menos en esta zona metropolitana, la generación de un corredor, de una centralidad o de transformación de un espacio es, al menos ahora, de acuerdo con los intereses empresariales y en absoluto una solución de problemas de la ciudadanía.

Es en esta ciudad donde existe un mayor mercado además de tener las zonas con el nivel adquisitivo más alto del país. La alta concentración demográfica que presenta la ZMCM es un atractivo para que las empresas busquen ingresar a este mercado y obtener ganancias. Las diferentes tiendas cadena que conforman los centros comerciales también pretenden ingresar al mercado capitalino sabedores del potencial que aquí tienen, por ello es que realizan alianzas empresariales con las constructoras para lograr así lugares en los centros comerciales nuevos. Esto ha provocado también que se continúe con la centralización en el país y ante una saturación en el suelo se ha generado también una expansión en lo vertical, esto a su vez genera una mayor concentración y altas densidades de población.

Los líderes de las empresas y el gobierno de la ciudad parecen consientes de los problemas que ocasiona una ciudad sobresaturada como lo es la contaminación y constantes conflictos vehiculares, sin embargo, trabajan en conjunto para realizar mayores inversiones que atraigan más población de cierto poder adquisitivo. El gobierno trata de imponer normativas que impidan el libre avance inmobiliario o que al menos tenga regulaciones con las que se logre una menor densidad y dispersión de inversión, aunque esto no evita que se continúe con avance del mercado inmobiliario tan solo que este se disperse aún más y crezca la ciudad fragmentada física y socialmente, ya que dentro de la producción espacial urbana neoliberal las

empresas asumen el protagonismo del hacer ciudad y pueden influir en modificar ciertos reglamentos. El Bando 2, que fue explicado en el primer capítulo, es un ejemplo de esto. Las empresas asociadas, como en la mencionada ADI, buscan que las normas sean más laxas para que se les permita realizar sus desarrollos que, según ellos, logran o están por lograr que se generen varios centros urbanos con lo que la población no tendría que viajar grandes distancias al trabajo o a realizar sus compras sino que todo se realice en un solo lugar, por lo que ven sus inversiones como fundamentales para eliminar esos conflictos dentro de la ciudad.

Se menciona también que la inversión dentro de la ciudad acarrearía mayor control sobre las nuevas construcciones pues durante décadas pasadas lo que se realizó fue un crecimiento desordenado en la periferia, en varios de esos lugares las unidades construidas ahora están abandonadas o subutilizadas debido a que no cuentan con lo mínimo necesario para la sobrevivencia de las personas. Esto lo que ha provocado es el crecimiento desordenado dentro de la misma ciudad y una propensión hacia la conformación de espacios neoliberales en los que las empresas privadas decidan sobre el uso de suelo, aunque siempre con la autorización gubernamental.

Es entonces que la inversión inmobiliaria en el Distrito Federal ha crecido en las últimas dos décadas, los grupos inmobiliarios se han multiplicado y con ello la competencia dentro de la ciudad se vuelve cada vez mayor. Con esto también se da la repetición de espacios urbanos en diferentes zonas de la ciudad, aunque con paisajes y arquitecturas diferentes. A su vez esto provoca que cada desarrollador busque la manera de entrar en competencia y atraer consumidores, aunque es en dependencia del grupo inversor que se modificará el espacio. La influencia económica y política de cada empresa tendrá también un papel fundamental en cada nuevo desarrollo

La ubicación, la época, el tiempo y forma de construcción, incluso la filiación política y hasta el tipo de tiendas que existan en las plazas comerciales en la ZMCM tienen dependencia directa con la empresa inmobiliaria que impulsó o construyó la plaza comercial. Por lo tanto, es fundamental inferir los patrones generales que siguen las

desarrolladoras para la proyección de un centro comercial. Uno de los aspectos fundamentales es el acceso al terreno donde se edificará, aunque la forma de conseguir un lugar se ha modificado completamente desde la década de 1960 a la actualidad.

En la ZMCM, se identifican a más de 20 empresas desarrolladoras que están o estuvieron en algún momento impulsando centros comerciales, las cuales pueden dividirse en tres grandes grupos: las que han dejado de operar; las que han modificado su razón social pero han estado presentes desde la primera etapa de construcción de las plazas hasta la época actual; y las que han surgido después del año 2000 que son las que ahora abundan, aunque varias de ellas ya existían pero como parte de empresas más grandes y que actualmente funcionan únicamente como inmobiliarias.

Las empresas que ya no tienen participación directa en el desarrollo de los centros comerciales o que se han convertido en socias de menor tamaño que las principales desarrolladoras, son:

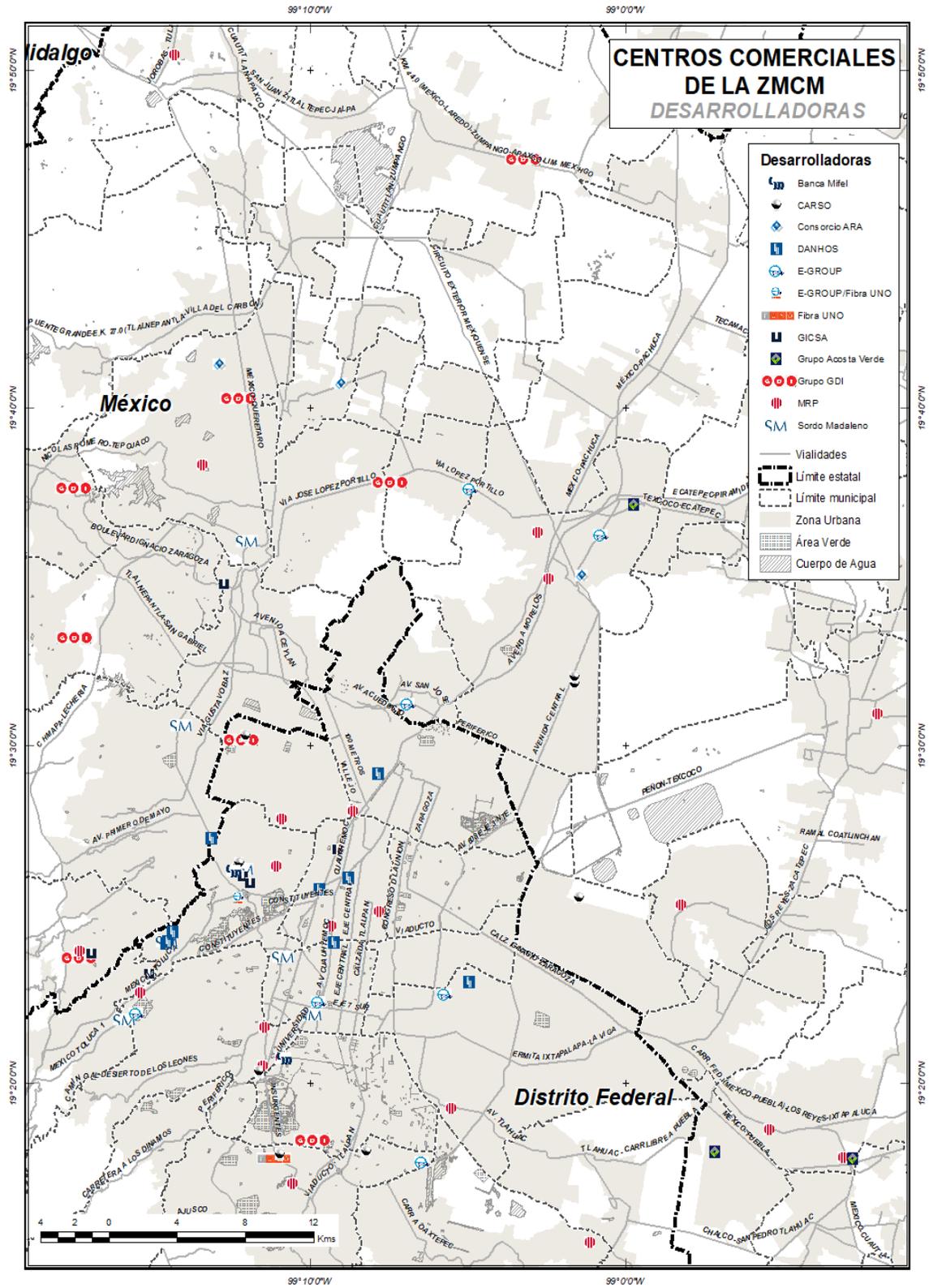
- Consorcio ARA, que actualmente se dedica casi exclusivamente a la edificación de viviendas donde es una de las principales empresas;
- Grupo Bal, que es parte del consorcio de Alberto Bailleres, uno de los hombres más ricos del mundo y dueño también de la tienda departamental El Palacio de Hierro, está prácticamente fuera de la construcción de centros comerciales, en la cuestión construcción únicamente realiza remodelaciones en sus tiendas mientras que como consorcio han ingresado al sector de la obtención de hidrocarburos, esta empresa también agrupaba a las cervecerías Moctezuma y Manantiales Peñafiel;
- Grupo Sears que ahora es parte de Grupo Carso;
- y Liverpool, que al igual que Bal se dedica a invertir en sus tiendas más que en centros comerciales. En este rubro también se pueden contar diversos gobiernos locales e incluso algunas administraciones federales que ha participado en el impulso de centros comerciales. En este mismo rubro se ubican varias empresas de menor tamaño que impulsaron centros

comerciales de manera muy local y cuya significación o importancia inversora está muy por debajo de las principales empresas. Los *malls* de estas empresas se encuentran distribuidos en toda la ZMCM, aunque tuvieron un crecimiento en la parte noroeste.

Las principales desarrolladoras tienen como característica que su primera inversión se da durante las décadas de 1980 o máximo 1990 y aún continúa en la inversión en el desarrollo urbano. Estas son las que más número de plazas construidas tienen en la ZMCM. Estas inmobiliarias son Carso, con 7 centros comerciales desarrollados; e- Group o Fibra Uno, con 7; Danhos con 7 (aunque la mayoría de sus desarrollos se dan después del año 2000 por lo que también podría considerarse una empresa de reciente éxito); Grupo Galerías con 8; Gicsa, con 6; Grupo Sordo Madaleno con 5 además de ser diseñadores o arquitectos de varios más. Juntas han logrado impulsado más de 40 centros comerciales desde la primera etapa de construcción. Hay que aumentar que varias de ellas son ahora construcciones de tipo mixto.

Por otra parte, desde la década del año 2000 surgieron nuevas desarrolladoras que han tenido gran impulso en la época actual, entre ellas están: Mexico Retail Properties (MRP), empresa que ha incursionado en los centros comerciales ya que en poco más de una década ha logrado abrir 20 (mapa 16). En el mapa 16 se aprecian que, por lo general, las grandes inmobiliarias comparten ubicación, como lo es en las principales vías de comunicación en la ciudad, y algunas de las nuevas desarrolladoras, edifican en lugares donde no existía una gran oferta de centro comercial, mientras que las grandes empresas tienen una localización dispersa.

Algunas inmobiliarias se han asociado para la construcción de algunos *malls*, como Gicsa con e-Group para Paseo Interlomas, Centro Comercial Lago de Guadalupe y Samara. Y durante el año de 2014, FIBRA Uno se ha asociado y adquirido la mayor parte de las tiendas propiedad de MRP, esto con el argumento de recapitalizar la empresa y finalizar los proyectos que tenían, por ejemplo, Portal Boturini, que finalmente cambio de nombre a Portal Centro, cuya construcción se detuvo varios meses por diversas circunstancias económicas y políticas.



Dentro de los desarrolladores que han estado presentes desde la construcción de la primera plaza comercial en el país, está el grupo de la familia Sordo Madaleno, ellos son los pioneros en invertir en estos desarrollos cuando planean, edifican y diseñan arquitectónicamente Plaza Universidad, así como sus posteriores ampliaciones y remodelaciones en las que también ha intervenido de manera directa Carso Inmobiliaria. A partir de la apertura de Plaza Universidad, Sordo Madaleno se convirtió en pionero y en uno de los principales grupos desarrolladores de centros comerciales en el país. Con el éxito que representó Universidad, se sentaron las bases para la apertura de otros centros comerciales que principalmente se ubicarán en la parte de mayor nivel económico de la ZMCM como lo es las colonias Condesa, Polanco o Santa Fe.

Danhos, como ya se mencionó, concentra sus centros comerciales en lugares frontera entre distintos sectores sociales. El Toreo Parque Central, se encuentra en el límite entre la delegación Miguel Hidalgo y el municipio de Naucalpan, además del caso de Delta ya mencionado, Parque Lindavista donde también confluyen grupos sociales diversos, Parque Alameda al estar localizado en el centro de la ciudad concentra una gran cantidad de personas de distinto origen socioeconómico.

El Grupo Carso está en el desarrollo de centros comerciales desde la primera mitad de la década de 1990. Carso ha sido importante detonador de distintas zonas urbanas y representa el cambio de actividad económica del país. Por lo general sus centros comerciales van acompañados de otro tipo de inversiones como edificios corporativos, hospitales e incluso viviendas. Son también de los proyectos que mayor extensión territorial abarcan e incluso se han difundido como nuevas o pequeñas ciudades como el de Ciudad Jardín en el municipio de Nezahualcóyotl o el más reciente Plaza Carso que es todo un complejo con edificios habitacionales, corporativos, centro comercial y un museo, esto en la delegación Miguel Hidalgo. Su primer centro comercial fue Plaza Cuicuilco, al sur de la ciudad de México, en la delegación Coyoacán, lugar donde ya existían otros centros comerciales como

Perisur. Las tiendas ancla de Grupo Carso son variadas, aunque en esencia siempre tiene alguna de su propio consorcio.

Por su parte la empresa Gicsa cuyo propietario es Abraham Cababie, surge en 1989 aunque todos sus desarrollos comerciales, menos Plaza Zentro en Polanco, son edificadas después de 2005, y todas ellas están localizadas en zonas de clases medias-altas, o en zonas de transición entre sectores económicos como Fórum Buenavista que se ubica cercana a colonias de niveles socioeconómicos bajos como lo es la Guerrero. Esta plaza es una de las principales obras para la empresa debido a que se visualizaba como una de las más grandes del país e incluso de América, aunque la localización jugó en contra de los intereses ya que las tiendas que se suponía se instalarían decidieron no invertir debido a que el nivel económico no correspondía con las características que la tienda busca.

En sus otras construcciones sus anclas son tiendas departamentales como Sears y Liverpool. En el proyecto de Buenavista también se pretendía la construcción de viviendas, corporativos y un hotel, sin embargo, no contó con el apoyo suficiente de otras empresas para poder realizarlo. Era además una apuesta del gobierno federal que buscaba la generación de un tren que comunicara el norte de la ZMCM. Sin embargo, las pugnas con el gobierno local, la objeción de los vecinos y la falta de apoyo económico casi obligan a la cancelación total del proyecto, lo único que sobrevivió fue el centro comercial que incluso después de ser abierto tardó en consolidarse como uno de los principales puntos de atracción para la población cercana. A partir de 2010 es que la empresa se asocia principalmente con e-Group, y comienza así la construcción de sus desarrollos más importantes, Centro Comercial Lago de Guadalupe, Zamara y Paseo Interlomas, todos en municipios mexiquenses, además de que están destinadas para un público diverso por lo que sus tiendas anclas son de autoservicio y departamentales.

El grupo Mexico Retail Properties, creada en 2003 por accionistas de ascendencia estadounidense, funciona como una promotora de grupo Wal-Mart, sus desarrollos están destinados, según la empresa, a una clase media en crecimiento, aunque las plazas están ubicadas, en su mayoría, en zonas distinguidas como de nivel

económico medio bajo e incluso bajo. Esta es la empresa que más recientemente ha surgido en el mercado inmobiliario, ya que es hasta el año 2006 que inaugura su primer centro comercial. Es también la que más centros comerciales tiene actualmente y sigue en crecimiento. El pasado 9 de febrero de 2016 anunció un nuevo desarrollo comercial en Iztacalco. Aunque no todos sus desarrollos funcionan actualmente como centros comerciales ya que su modo de operar es primero invertir en una tienda de autoservicio del grupo Wal-Mart y posteriormente agregar de manera paulatina más comercios.

Han tenido también dificultades para lograr abrir algunos de sus proyectos como el de Xochimilco donde se ha encontrado con diversos problemas con vecinos de la zona que reclaman la autenticidad del predio además de que se niegan a que ahí exista una tienda de autoservicio pues creen que iría contra las costumbres del lugar y afectaría la economía local. Mientras que Patio Boturini que es una de sus máximas inversiones se tenía prevista para abrir desde 2014, sin embargo, ha enfrentado diversos problemas de fluidez de capital y la mencionada aparición de arqueología prehispánica que ha retrasado la edificación.

Las plazas de la empresa MRP se localizan 9 en el Distrito Federal y 11 en el área conurbada, de éstas varias están localizadas al oriente de la ZMCM. Es también la inmobiliaria que más invierte al oriente de la ciudad y en zonas alejadas de otros centros urbanos, aunque esto la empresa trata de verlo como una característica positiva ya que no tienen competencia y comienzan a desarrollar la zona y conformar un espacio urbano en el que el sector servicio se convierta en el principal impulsor de la economía. Algunas de estas plazas son Chimalhuacán, Cuautitlán y Ecatepec, todas tienen menos de 30 locales, aunque se planea una extensión a futuro cuando ya se hayan consolidado como lugares de consumo.

Una manera de identificar las alianzas empresariales, así como localizar el público al que van dirigidas las plazas, es identificar las tiendas ancla y el tipo de establecimiento que es. En este caso se tienen identificados a cuatro grandes grupos de tiendas ancla: las tiendas departamentales consideradas de lujo como El Palacio de Hierro y Liverpool; tiendas departamentales pertenecientes al grupo

Carso, Sears o Sanborns; tiendas de autoservicio del grupo Wal-Mart; y tiendas de autoservicio de otros grupos como Comercial Mexicana y Soriana. Existen otras plazas con tiendas anclas diferentes a las cuatro señaladas, sin embargo, no llegan a considerarse un número sobresaliente para ser incorporados una tendencia. Lo que también muestra cuales son los grupos que dominan este segmento por lo tanto más poderoso, son los que manejan las salas de cine, Cinemex y Cinépolis, también es común que se conviertan en anclas y están en prácticamente todas las plazas, aunque sea solo como parte de la oferta sin ser la tienda principal.

Dentro del primer grupo de tiendas ancla son las que se consideran tiendas departamentales de lujo, en este caso se incluyen a Liverpool y El Palacio de Hierro. Ambas se caracterizaron por ser de las principales tiendas en tener productos de importación, en especial ropa, joyería y muebles. El surgimiento de los centros comerciales en la ZMCM coincide con el inicio de expansión de Liverpool y la apertura de sucursales en diferentes partes de la ciudad. En total 12 plazas tienen como tienda ancla un Liverpool o Fábrica de Francia, estas se localizan 7 en el Distrito Federal, todos en la parte oriente solo una en el extremo sur, y 5 en los municipios mexiquenses, la mayoría en la zona norponiente, solo una en el extremo noreste.

Las tiendas El Palacio de Hierro²⁵⁰, que tienen una historia similar a la de Liverpool en cuanto a época de auge y apertura de sucursales después de la década de 1970. Palacio de Hierro funciona como ancla en 6 plazas, 5 en la parte centro y poniente del Distrito Federal y una más en Huixquilucan, México. Existen dos centros comerciales, en Coyoacán y Cuajimalpa, que tienen ambas tiendas como su principal atractor. De igual manera, todas las zonas en las que se localizan esta franquicia son en zonas económicamente más altas de la ZMCM. Dentro de esta

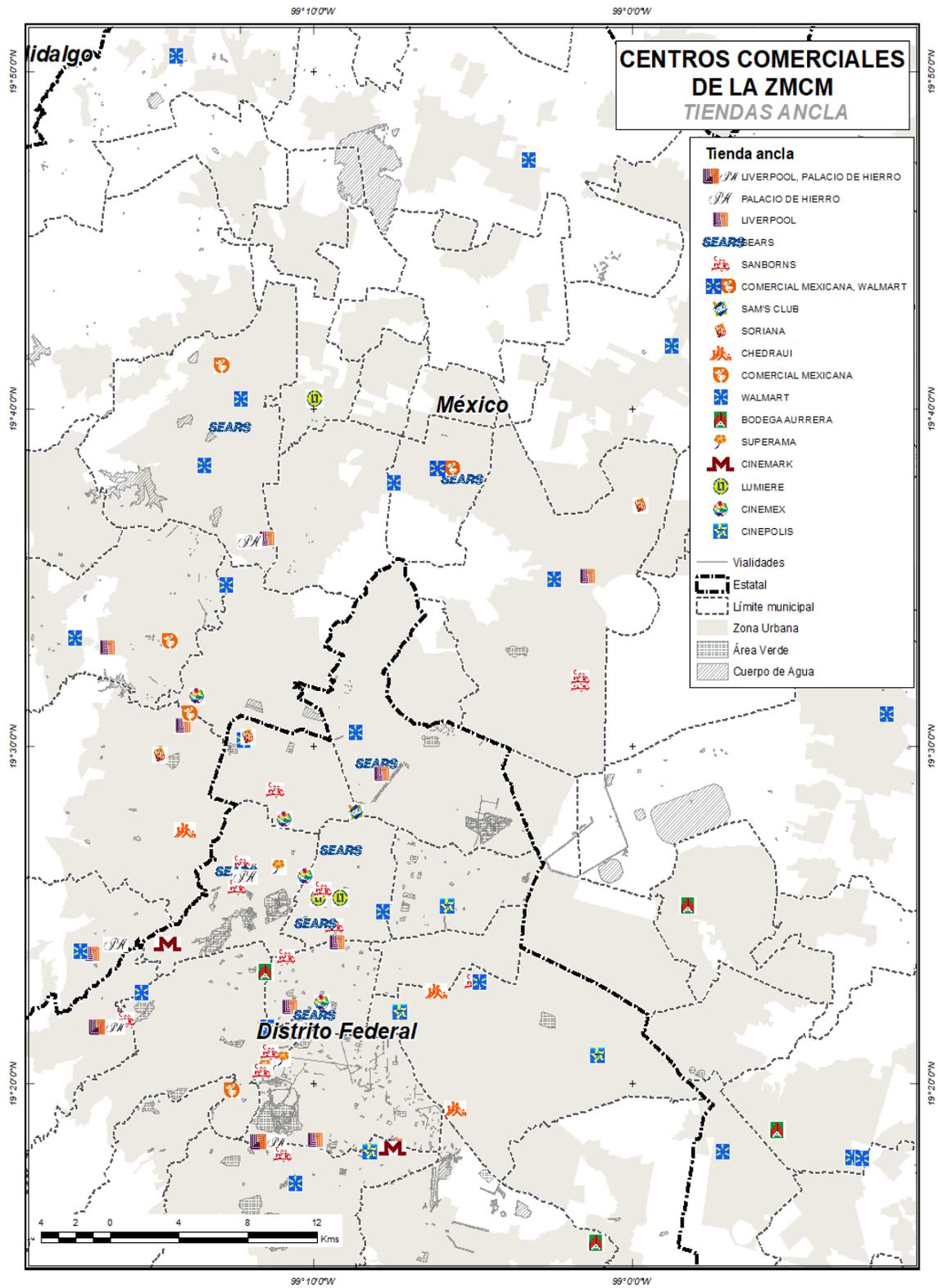
²⁵⁰ El Palacio de Hierro inicia sus operaciones en 1891 ya como tienda departamental parecida a las que ya existían en París y Londres, en 1889 comienzan a edificar la tienda en calles del centro histórico, el cual por su tamaño y tipo de construcción fue bautizado como El Palacio de Hierro. Por su parte, Liverpool, inicia siendo una tienda local de ropa a mediados del siglo XIX y es a partir de 1971 que inician la importación de ropa proveniente del puerto de Liverpool, Gran Bretaña, aunque es hasta 1936 que se inaugura su primera gran tienda en el centro histórico de la ciudad de México <http://soytotalmentepalacio.com.mx/conoce/historia> y <http://www.liverpool.com.mx/acerca/>

categoría existe la llamada 5th Av. que se ubica en Plaza Carso, esta es la primera tienda de esa marca en el país.

Como segunda categoría, se incluyeron las tiendas departamentales que son propiedad de Grupo Carso: Sanborns y Sears, las cuales son muy parecidas a Liverpool y el Palacio de Hierro en cuanto a oferta y al público al que se dirigen, aunque las de Carso tienen una mayor flexibilidad en este último elemento. Estas son de importancia por pertenecer al grupo mencionado y por estar presentes en 28 centros comerciales (en 3 plazas tienen ambas tiendas), 18 de ellos se ubican en el Distrito Federal. Solo tres de ellos en el oriente, en la delegación Iztapalapa y en el municipio Nezahualcóyotl, el resto se localiza en la zona norponiente de los municipios conurbados y en la parte oeste de la ciudad. Algunas de las nuevas plazas se edificaron en zonas cercanas o en terrenos conurbados a un Sears o Sanborns, por lo que se aprovechó la influencia que estas pudieran tener en la zona (Mapa 17).

Desde que Grupo Walmart llegó a México, en 1991 cuando adquiere el 50% de las acciones de Grupo Aurrerá, se convirtió en un gigante económico y en elemento de modificación del espacio, por lo que su establecimiento es coincidente con el periodo de expansión de los centros comerciales en la ZMCM, eso puede demostrarse con el hecho de que es la marca, después de los cinemas, que mayor presencia tiene en las plazas, ya que es ancla de 38 centros comerciales, la mayoría de ellos, 23, con Wal-Mart, mientras que Bodega Aurrerá es ancla de plazas muy recientes, principalmente en zonas periféricas.

La ubicación de las plazas donde Grupo Wal-Mart es ancla, es completamente dispersa ya que aparece en casi todos los sectores donde existen *malls*, aunque son más frecuentes en la zona oriente de la ZMCM. Por el mismo punto, es común que donde alguna tienda Wal-Mart sea ancla, se combine con otro tipo de establecimientos, ya sea de su mismo grupo, como Sam's Club, de otras de autoservicio como Soriana o Comercial Mexicana, y en otras ocasiones con alguna tienda departamental de las anteriormente mencionadas, aunque estos casos son el menor número.



Como último segmento de tienda ancla, se localizan las tiendas de autoservicio que no son parte de Grupo Wal-Mart. Este grupo es más disperso en periodos de apertura y en ubicación. Se localizan entonces: Comercial Mexicana, Chedraui, Superisste, Walmart y Soriana, la suma de ellas resulta que tienen presencia en 21 centros comerciales.

El grupo que tiene mayor recurrencia es Comercial Mexicana, con presencia en 12 establecimientos e incluso participó en la construcción de tres de los primeros centros comerciales construidos, estos principalmente localizados en la parte norponiente de la ZMCM.

En resumen, el desarrollo de centros comerciales va ligado al crecimiento y éxito de las tiendas departamentales, incluso algunos proyectos de las plazas son impulsados por las mismas empresas de las tiendas. Aunque en un inicio no se consideran tiendas de autoservicio como parte de las plazas, el crecimiento y mayor difusión de las tiendas de primeras provocó que comenzaran a ligarse sobre todo a partir a la segunda etapa de expansión de los *malls*. Según sea la zona económica será la tienda ancla, ya que donde existen los mayores niveles de poder adquisitivo se localizan las departamentales y en donde existe bajo nivel de adquisición se ubican los autoservicios, aunque en algunos sitios los Wal-Mart, o en general los autoservicios se localizan muy cercanos a la plaza sin que sean parte de esta.

5.4 Los centros comerciales: la tercerización económica y modificación de estilos de vida

Los centros comerciales, aunque tengan diferentes características como Delta y El Rosario, pueden generar el mismo tipo de consecuencias políticas, económicas, sociales y urbanas. Cuando se habla de espacio, como se ha mencionado, también se incluyen modificaciones sociales, y las plazas comerciales conforman una parte de ello, además de que son de las maneras más eficientes de evidenciar una

tercerización²⁵¹ económica en la que la flexibilidad laboral es una característica primordial.

En la ciudad la competitividad mediante inversión se convierte en un elemento fundamental para el desarrollo de una ciudad capitalista actual. Las plazas comerciales son un elemento urbano de modificación del entorno mas no es el único o más importante aspecto de modificación urbana que genera el cambio en las ciudades.

En ciudad neoliberal, la búsqueda de generación de plusvalor, provoca que se de una modificación a las estructuras laborales, ya que la reproducción espacial dentro del neoliberalismo, buscan la privatización de espacios y elimina todo lo que estorba para la inversión como puede ser así una alguna estructura inmobiliaria o la forma de trabajo antigua que incluya seguridad social. Las modificaciones laborales golpean directamente las formas de vida de la población, esto se vive desde la tercerización de la economía en la que se pretende que el empleo sea flexible y permita a la ciudad competir con las grandes urbes del mundo.

Según García y Xirinacs, (2006: 13), dentro de la era neoliberal los términos que adquieren más importancia para los inversores y políticos es la búsqueda de eficiencia y competitividad. Aunque este tipo de conceptos ha estado dentro del sistema dominante casi desde su origen es en las últimas tres décadas cuando las ciudades están en búsqueda de ello mismo por lo que trabajan junto con los grandes inversores del capital para que esto ocurra. Además, en la cuestión laboral, a decir de García y Xirinacs, (2006: 25), existe otro término fundamental es el de eficiencia, que obliga a los trabajadores a convertirse en más productivos para la empresa o pueden perder el empleo, esto a su vez genera un excedente en mano de obra por lo que esta a su vez se abarata que provoca salarios aún más bajos y jornadas laborales largas sin los descansos obligatorios. Este es un proceso común en los

²⁵¹ La tercerización surge en la década de 1960 cuando la industria dejaba de ser la actividad principal y expulsaba a un gran número de trabajadores que encontraban en las actividades comerciales ilegales una forma de obtener ingresos, por lo que fue el sector terciario el que absorbió a esa gran cantidad de obreros, con el tiempo el término de tercerización incluyó a todos los sectores que intervienen en las actividades económicas terciarias como los servicios financieros, inmobiliarios, públicos y, por supuesto, el comercio (Coll-Hurtado y Córdova, 2006).

centros comerciales donde por lo general el pago a los empleados es por debajo de la media del país.

La generación de empleo es para cualquier gobierno de las tareas más complicadas que tiene que solventar, es por eso en gran medida que al menos en la administración del Distrito Federal, se impulsa la construcción de los centros comerciales porque solucionan en parte el alto desempleo existente en la ciudad de México y, en general, en todo el país, y más después de las reformas laborales de la época neoliberal, a pesar de que las estadísticas oficiales muestran una tasa de desocupación de alrededor 3.5 %, más del 50% de la población activa lo hace en el sector informal, lo que, por lo general, asegura un empleo precario (STPS, 2019; INEGI, 2019).

Ya en el funcionamiento de los centros comerciales la oferta laboral es principalmente es actividad comercial y de servicios. El comercio es la actividad en la que trabaja la mayor cantidad de población en México con 9.6 millones de personas de manera formal, lo que representa el 18% del total, de los cuales, el 34 % se localiza en el centro del país, aunado a que más de la mitad, 54% tienen escolaridad máxima de secundaria (SNE, 2019). Mientras que el ingreso promedio es de 5,100 pesos de manera mensual (SNE, 2019). La tendencia muestra que la población ocupada que se dedica al sector comercio ha crecido solo 1% (STPS, 2019)

La edificación de los centros comerciales genera empleos en el sector de la construcción, esto aunado a que su simple construcción grandes ganancias para los inversores ya que posteriormente la empresa desarrolladora renta los locales a diferentes tiendas de cadena para que sean estos los que terminen de diseñar el espacio que han adquirido. La construcción de *malls* es un buen negocio para sus inversores, es por eso que la cantidad de empresas dedicadas a la construcción en México se ha duplicado desde 1998 a 2008, y representa poco más del 7% del Producto Interno Bruto Nacional²⁵², mientras que para el 2019, el número neto

²⁵² INEGI <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/secundario/construccion/default.aspx?tema=E>
Consultada en abril de 2015.

aproximado de personas dedicadas a la construcción es de 4.3 millones de personas en el país (SNE. 2019).

La época actual, según Coll-Hurtado y Córdova (2006) es parte de la etapa posmoderna en la que el mundo está sumergido, en la que lo característico es la incertidumbre en todos los sectores de la vida, pero el empleo es uno de los más afectados. La dualidad del capitalismo es evidente, ya que como mencionan García y Xirinacs, (2006: 58), el capitalismo tiene una enorme capacidad de producir bienes y servicios, pero al tiempo en que destruye formas de vida social, ecológica y económica en pro de que el sector empresarial y política obtenga beneficios, aunque en el discurso oficial el argumento siempre es que se deban generar lugares, empresas o ciudades productivas y competitivas, aunque esa misma competitividad no ha alcanzado a satisfacer las necesidades del grueso de la población. Los centros comerciales satisfacen en su gran mayoría las necesidades creadas y no básicas de la población, generan segmentación social y ayudan a conformar una sociedad estereotipada, pero en un planteamiento oficial ayuda a mejorar la ciudad, aunque en casi treinta años de existencia del neoliberalismo y del primer auge de las plazas comerciales, los beneficios no han alcanzado a distribuir los beneficios que inversores y gobiernos promueven.

Las empresas capitalistas funcionan en gran medida por cooperación entre ellas, aunque, como lo argumentan García y Xirinacs, (2006: 94, 97), eso no significa abandonar la competitividad sino que las herramientas de las que los empresarios salen beneficiados se implementen de igual manera para todas las empresas debido a que esto aumenta sus ingresos y permite la apertura de “nuevos mercados geográficos” o la producción de un nuevo espacio acorde con los intereses del capitalismo, y en esos nuevos espacios es también común que surjan las redes empresariales que son “enlaces remanentes [...] con el objetivo de intercambiar información y conocimiento”. En este proceso también se pueden identificar diferentes relaciones de poder entre empresas y entre empresa-gobierno, que facilitan las condiciones labores actuales en, por ejemplo, reducción de costos

laborales y evitar la organización laboral y los posibles problemas “provocan” la organización de los trabajadores (García y Xirinacs, 2006: 98).

Por el ritmo laboral, el intercambio de turnos y de días de descanso, además del rito de trabajo. es prácticamente imposible que entre trabajadores de centros comerciales exista una organización que les permita hacer frente a las modificaciones políticas que limitan los derechos de los trabajadores, además de que el excedente de mano de obra permite que las empresas puedan despedir empleados y encontrar reemplazos fácilmente sin perder tiempo o inversión. El sistema de subcontratación marca un ejemplo de esto para los grandes centros comerciales, en especial en lo referente a la seguridad privada con lo que evidencia la relación existente entre empresas que se complementan entre ellas al tener cada una un rol específico en este proceso de tercerización y así pueden ejercer mayor presión al ámbito político para lograr las modificaciones deseadas en el plano legislativo y obtener entonces mayores ganancias.

Los centros comerciales demuestran una intrínseca relación entre empresa que ofrecen trabajo, que a su vez tendrán impacto en lo urbano, pues los trabajadores generarán una mayor densidad poblacional en el espacio comercial, lo que podrá obligar a que aumente el flujo de transporte público y demandará también que surjan comercios de alimentos cercanos a las plazas debido a que por lo general los trabajadores de estas no ingieren dentro del centro comercial debido a los altos costos principalmente. Además, García y Xirinacs, (2006: 101) mencionan que la concentración de una actividad económica como sucede en las plazas comerciales, beneficia las prácticas económicas de aglomeración que “articula todas las fases del proceso productivo” además de que “facilita la difusión tanto de conocimientos como de pautas de comportamiento”, esto es precisamente lo que sucede en los centros comerciales, todo esto es por supuesto permitido por las autoridades gubernamentales.

En el año 2012 entró en vigor en el país la reforma laboral que trataba, entre otras cosas, mayor flexibilidad laboral y ventajas para quienes contratan, la reforma trata de: “cambios importantes en la contratación, periodo de prueba [...] trabajo de

temporada. Adecua la flexibilidad en el reparto de la jornada [...] creará confianza para la inversión productiva que requiere el país”²⁵³, entre otras. En esta reforma también se argumenta que debe mejorar la competitividad de del país ante las fuerzas externas para así atraer mayor inversión, demás que se deben buscar soluciones para resolver el problema del comercio informal. También se intenta avanzar en algunos sentidos sociales hasta entonces con huecos legales como la protección de mujeres embarazadas.

Los resultados de la reforma, a tres años de haber entrado en vigor son dispares y desventajosos para los trabajadores. En un informe de la revista Forbes México, se menciona que el empleo formal tiende a disminuir mientras que los trabajos temporales están en aumento, además de que el empleo baja en cuestión de calidad y seguridad, además que se dice que las autoridades federales hicieron la promesa de generar más de 400 mil empleos formales, sin embargo, lo que se generó fue la caída del crecimiento constante en la generación de trabajos, además en la remuneración existe una baja en el porcentaje de la población que gana menos de 2 salario mínimos, ya que al 2012 era el 44.5% mientras que en el año 2015 ese porcentaje aumentó a 45.2%, mientras que el ingreso promedio disminuyó en 11 pesos²⁵⁴ aunque el coste de vida y la inflación ha aumentado.

Algunos sectores empresariales han sufrido también consecuencias, aunque en el aspecto de los centros comerciales simplemente se han legalizado prácticas laborales antes prohibidas, pero en uso. Pero estas prácticas podrían acarrear como consecuencias que las grandes empresas puedan en algún momento no generar ganancias debido a que no exista la circulación del capital que se necesite para que los trabajadores en general se conviertan en consumidores. Esta es una típica contradicción del sistema capitalista.

Las reformas que se han adoptado, según el gobierno federal, son para seguir una tendencia mundial en la que la globalización del sistema dominante obliga a que los

²⁵³ Carpeta Informativa: Reforma Laboral.

²⁵⁴ Ameth, Emmanuel, 2014, *Reforma Laboral empeoró el empleo formal*. En Forbes <http://www.forbes.com.mx/reforma-laboral-empeoro-el-empleo-formal/> 11 de diciembre de 2014. Consultada en enero de 2015.

Estados se actualicen y busquen este tipo de reestructuras para estar acorde con las prácticas mundiales. A escala global la tercerización de la economía repercute en el nuevo urbanismo porque las políticas tienden cada vez más a defender y entender el comercio, esto provoca que los bajos salarios sean una constante y se conviertan en una característica de este tipo de inversiones, esto se debe a que “la plusvalía tiene su origen exclusivo en el trabajo no pagado al obrero” (Jappe; 2014: 10), por lo que mientras menos sea el pago al obrero mayor ganancia será para el inversor.

Al hablar sobre las diferentes teorías que analizan el urbanismo actual Pradilla (2013. 182) menciona que en el mundo capitalista actual está caracterizado por la desigualdad social que es producto “de la explotación del trabajo necesario, la acumulación mundializada de la plusvalía, y la miseria del trabajo sobrante”. Es decir, que el trabajo se convierte en un elemento fundamental del urbanismo típico de la época neoliberal. Bajo estos argumentos, el proceso de producción espacial de las plazas comerciales se caracteriza por otra contradicción al menos política y económica, ya que, como se ha mencionado, parte del discurso gubernamental para lograr consenso y aceptación de este tipo de urbanismos es la generación de empleos, pero es la producción de un excedente de mano de obra, que es captado por el sector terciario, lo que les permite a los grandes urbanistas obtener mayor plusvalía.

La tercerización de la economía es producto de la desindustrialización que se dio en las ciudades, que fue el resultado de “la combinación de procesos negativos, no inevitables, reversibles para evitar costos: falta de sustentabilidad ambiental, de economías de aglomeración, decisiones especulativas del gran capital, ausencia de políticas de reindustrialización” entre otras (Pradilla; 2013. 199), es decir, que en la conformación de la tercerización económica existen varios agentes como los económicos y políticos, es decir, que la relación entre ambos sectores propicia esta modificación que, como se ha mencionado, pareciera no haber sido inevitable, por supuesto que el llamado agotamiento del Estado de bienestar o la necesidad de

salir de este modelo también impulsó al Estado a que se modificara la base de la economía.

La tercerización afectó también, por ejemplo, en el desarrollo urbano de las periferias de las grandes ciudades, donde se construyen fraccionamientos cerrados y centros comerciales, pues el desplazamiento de la población acarrea que se necesite incorporar mayor infraestructura como educación, comercio que satisfaga las necesidades de la población. Estos nuevos urbanismos pueden ser un factor de diferenciación y exclusión, ya que mientras se realizan construcciones que van dirigidas a un sector social con el afán de mejorar la imagen urbana y opacar las problemáticas sociales, también se provoca que incremente la oferta de empleos precarios y salarios bajos, con lo que las nuevas urbanizaciones refuerzan las desigualdades sociales existentes (Matos; 2006. 25).

Las condiciones laborales de los empleados estipulan que estos están obligados a trabajar durante largos periodos en condiciones no óptimas con el objetivo de generar plusvalía, es decir, esta nueva urbanización va ligada a las nuevas condiciones laborales que son también el resultado de las transformaciones sociales (Harvey; 1985. 235-236).

El nuevo modelo económico que surge en el mundo a partir de la década de 1970, y en México desde 1982, provoca una diferente modalidad de consumo que está relacionada con la fragmentación que provocan las nuevas urbanizaciones y la especialización terciaria; el modo flexible de producción, ha alcanzado los usos de suelo que es consecuencia de que otras actividades que habían sido tradicionales en los centros urbanos hayan sido aniquiladas o desplazadas, una de las de mayor significación es la industrial. Muñoz (208: 15, 16, 17) menciona que la modificación o cambio que ha representado abandonar el modelo fordista para adoptar la producción flexible, ha acarreado beneficios para la economía, ya que, con la implementación de inversiones en las redes de comunicación y telecomunicaciones, ayuda con la generación de empleos, por lo que las urbes con la flexibilización económica se ven beneficiadas. Es cierto que existe un mayor número de personas

empleadas, sin embargo, los empleos son precarios, sin estabilidad y sin beneficios sociales.

Esto se explica debido a que las ciudades donde existió mayor inversión en el modelo fordista, son las que tienen la mayor infraestructura y terreno disponible. Cuando se abandona la industrialización, de manera paulatina plantas industriales quedan abandonadas y quedan sin actividad, posteriormente esos terrenos son los que se aprovechan para generar otro tipo de inversión como lo son los centros comerciales. Cercanos a las antiguas fábricas y en la época de apogeo de esta actividad, se construyeron una gran variedad de viviendas, por lo que al construir grandes *malls* existe un gran mercado potencial que es aprovechado por los inversionistas terciarios, además de que aprovechar la posibilidad del terreno existente de una actividad que ya ha sido prácticamente eliminada permite que los urbanistas ahorrar en sus gastos y obtener mayores dividendos.

Ejemplos de estos se dan principalmente con las construcciones de Grupo Carso que cuentan entre sus grandes plazas a Loreto, Inbursa y Carso, todas construidas en antiguos cascos industriales. Muchas de las inversiones que se realizan en cuestión infraestructura y telecomunicaciones es para mejorar el entorno urbano, para brindarle un clima de seguridad y de comunicación, para que las mercancías fluyan con mayor rapidez, por lo que no todas las mejoras son para beneficio de la sociedad o porque se pretenda beneficiar a las urbes industriales, sino que se aprovecha toda la infraestructura para que el gran empresario disminuya sus gastos.

Un gran porcentaje de la población circundante de las antiguas fábricas eran trabajadoras de estas por lo que, al cerrar, al menos de manera temporal, se generó desempleo que las nuevas urbanizaciones pretendían aprovechar para disminuir sus gastos. Con la flexibilización de la economía aumenta la mano de obra a la que ingresan sectores sociales que no existían en las fábricas como mujeres y jóvenes, estos sectores se convierten en un elemento más al que los grandes inversores urbanos aprovechan para lograr sus objetivos económicos, ya que son sectores vulnerables y que suelen aceptar trabajos mal remunerados y temporales ya sea por necesidad o porque el tiempo disponible así se los demanda. Todo esto

interviene en una nueva forma de organización dirigida por las élites económicas y políticas.

Patricia Ramírez Kuri (1994: 44, 45) refuerza el argumento anterior cuando menciona que la tercerización es un proceso económico que inicia con la desindustrialización que provocó desempleo producto de la caída del sector industrial y creció el sector en los servicios y comercial, además de que esto se repercutió, y posteriormente se vio beneficiado, por un incremento en la pobreza y en el desempleo, además de la cada vez más importante globalización de las fianzas e inversiones transnacionales y multinacionales, por lo que, al menos en la ciudad de México, el capital inmobiliario le da un severo impulso lo que provoca estratificación social y marcados contrastes en la estratificación social.

Dentro del neoliberalismo el empleo precario se volvió una constante, también crecieron los índices de criminalidad y violencia en la ciudad, esta situación se aprovecha para la construcción de urbanismos defensivos o donde se oferte la seguridad hacia dentro como una cualidad, los centros comerciales, por lo general, se ingresan en esta característica, por lo que su oferta primordial es la seguridad al interior y exterior. Una administrativa de la Delegación Benito Juárez, mencionó en una entrevista que los índices de robos y asaltos han disminuido en la periferia de Plaza Delta a pesar de que se localiza en una zona de contrastes, una clase media y otra reconocida por su inseguridad como las colonias Buenos Aires y Doctores, sin embargo, los robos y asaltos son escasos en esa zona, por lo que ella comenta que al menos en este caso el centro comercial ha contribuido a mejorar la seguridad de la zona por la cantidad de vigilancia que existe en los alrededores de la plaza, aunque pasando los límites de esa zona existe una parte de la ciudad que sí se ha visto afectada principalmente en la cuestión comercial y económica.

Un artículo periodístico del 2013 refutaba esta versión, al asegurar que son precisamente esas realidades distintas lo que hace que la zona circundante de Delta sea altamente peligrosa, incluso se menciona que hay al menos un asalto diariamente, además de la generación de otros problemas como la generación de basura y la presencia de nuevos sitios de taxis y de los llamados franeleros que,

según la fuente, se convierten en “dueños de la calle”²⁵⁵. Según datos oficiales del Gobierno de la Ciudad de México, tan solo en el cuadrante del centro comercial, se contabilizaron en 2018, 410 delitos cometidos, y 302 en lo que va del 2019, entre los delitos se encuentran robo a autopartes, robo a transeúntes, robo a negocio con y sin violencia, entre otros, mientras que en el año 2015, en la misma zona, se contabilizaron 248 actas levantadas por los mismos delitos²⁵⁶.

Existe en la ciudad neoliberal una polarización en todos los sentidos, en la que, a decir de Pradilla (2008: 45, 46), participan los promotores de los centros comerciales, primero porque rompen con la estructura de un lugar en la que pudiera existir empleo que alcanzaba a cubrir las necesidades de algún porcentaje de población y que ahora con las plazas, en el mejor de los casos, deberán reformular sus ofertas. Aumenta Pradilla (2008: 48) que en realidad los centros comerciales generan una cantidad de empleo muy baja, y por el contrario propicia que la mayoría de la población tenga que inmiscuirse en el comercio informal en el que no cuentan con seguridad social. Aunque las nuevas formas de contratación en México, como se mencionó arriba, ya tampoco representan seguridad en los trabajadores. Los datos del INEGI en referencia al número de personas dedicadas al sector comercio, da la razón al argumento de Pradilla, ya que según datos del 2014 el 70.8% de la Población Económicamente Activa en el Distrito Federal se dedica al sector terciario, y el 48.9% pertenece al sector comercial²⁵⁷

Ante este escenario Pradilla (Ibid.) afirma que el sector terciario es el que más ha aumentado en el país y en la ciudad, por lo que es el grupo económico más importante aunque ofrece baja productividad debido en gran parte a la informalidad que se genera y a los salarios bajos, ambos aspectos a los que le han apostado los grandes capitales inmobiliarios, comerciales y bancarios, con la construcción de los

²⁵⁵ La Redacción El Diario de México. *Parque Delta, zona ingobernable*. En El Diario de México <http://www.diariodemexico.com.mx/parque-delta-zona-ingobernable/> Consultada abril 2016.

²⁵⁶ Gobierno de la Ciudad de México. En Datos Abiertos Ciudad de México. https://datos.cdmx.gob.mx/explore/dataset/carpetas-de-investigacion-pgi-de-la-ciudad-de-mexico/map/?disjunctive.delito&q=piedad+narvarte&refine.ao_hechos=2016&location=18,19.40284,-99.15424 Consultada en agosto de 2019.

²⁵⁷ Censo Económico 2015 INEGI <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx> Consultada abril 2016.

grandes centros comerciales, que a su vez generan en la ciudad, según Ramírez Kuri (2015: 21), "efectos de los ajustes estructurales en la economía" que a su vez provocan un alto índice de desempleo que genera que un gran sector de la población busque "formas alternativas de trabajo e ingreso de grupos sociales que, frente a una situación de desventaja, vulnerabilidad o exclusión del mercado de trabajo formal, han optado por incorporarse al mercado informal..." que desembocará en que el grueso de la población en la ciudad, y en el país, esté dedicada a alguna actividad del sector terciario.

Las nuevas formas de organización económica propician nuevas formas de organización social, que generan también nuevos grupos de poder o que algunos de ellos concentren aún más poder y beneficios. Los contenidos sociales del espacio urbano también se modifican conforme cambian las estructuras políticas y económicas, el aspecto laboral y terciario es uno de ellos y adquiere una gran significación porque representa las modificaciones económicas, políticas y sociales de una era en la que la producción de espacio urbano neoliberal propicia el consumo, la individualización y lo mediático.

Las repercusiones más peligrosas de una tercerización económica y social, según Harvey (2014: 7) son la transformación de "los modos de pensamiento y de comprensión, en las instituciones y en las ideologías dominantes", esto último debido a que existen alianzas en las formas de organización económica y política que pasan desapercibidas pero que producen en la población nuevas costumbres y hasta en sus gustos que deben ser modificados para que el nuevo estilo de vida que es establecido por empresarios inmobiliarios tengan éxito.

Conclusiones

La Ciudad de México es la principal urbe en el país, es la que más inversión genera y también en la que mayor plusvalía y Producto Interno Bruto se producen. Es también la más poblada con alrededor de 9 millones dentro de los límites capitalinos, y cercano a los 21 millones si se considera el Área Metropolitana. Esto se traduce en que en 21 millones de personas que necesitan movilizarse, que buscan empleo, algún tipo de servicio y también lugares de esparcimiento.

Es entonces que la Ciudad de México está en constante cambio, los inversionistas aparecen y desaparecen pero siempre dejan alguna huella en el espacio de la ciudad. Pero existen quienes han llegado a invertir y han evolucionado en sus inversiones y relaciones hasta convertirse en unos de los principales protagonistas para producir espacio urbano en toda la zona metropolitana y hasta en el país.

El país vive una etapa con características singulares desde 1982 con el arribo del neoliberalismo a la ciudad, con él, se perdió singularidad en la ciudad, se atrajo inversión de todo tipo y se estrechó la relación entre el capital privado y el sector gubernamental, siempre en pos de procurar las libertades individuales como lo son las de asociación, de venta, de consumo, entre otras. Aunque esto también ha provocado que surjan monopolios en diversos sectores económicos, que prolifere la inversión en todas formas en pro de generar empleo. Esto se ha traducido en una inversión profunda en la ciudad.

La Ciudad de México es donde se produce espacio acorde con los intereses del capital con la colaboración de los distintos niveles gubernamentales y no según las necesidades de la población que vive en la urbe. Esta ciudad no se construye según planeaciones que beneficien a la sociedad en su movilidad y satisfacción de sus necesidades, sino de acuerdo a intereses económicos, es por ello que el resultado es una urbe completamente desarticulada, fragmentada, capitalizada, donde los problemas no se resuelven sino que se les aplican paliativos o incluso se agravan, esto es porque el invertir en construcciones urbanas significan una oportunidad para salir de crisis económicas, de darle flujo al capital o simplemente de generar plusvalía, por lo que muchas ocasiones no se logra empatar las necesidades reales

de la sociedad con la intención que pueda tener quienes ostentan el poder económico en la capital del país.

Los centros comerciales ocupan un lugar predominante en este marco. Si bien su aparición en el país data de antes de la llegada de este sistema económico, su masificación se da dentro de este marco neoliberal. Ellos representan la tercerización económica, la flexibilización laboral, el fetichismo, la aniquilación de espacios públicos para privilegiar los privados, la aparente búsqueda de soluciones a las problemáticas que representan la inseguridad, el empleo y el mejoramiento de la imagen ciudadana.

La edificación y comercialización de los centros comerciales generan un gran negocio, pero lo es más la administración de estos espacios de consumo, ya que esto es lo que les ha otorgado a las empresas inmobiliarias ganancias multimillonarias, pues ellas rentan los locales, los estacionamientos, e incluso los pasillos, por lo que los responsables directos de esos lugares son quienes los aniquilan. En este punto es de resaltar que se buscó al menos cinco ocasiones distintas, por diversos medios como visita directa, correos electrónicos y recados, conocer el estatus de operatividad de los centros comerciales, sin embargo, la respuesta siempre fue negativa o incluso nula, es por eso que en este trabajo no aparecen de manera directa los involucrados.

Son los empresarios quienes les dan un toque específico a los centros comerciales, pues depende del prestigio de la inmobiliaria o de sus relaciones con distintos sectores gubernamentales para obtener mayores beneficios, como permisos de construcción, cambios de uso de suelo y finalmente ganancias. De esto también dependerá que se les otorguen, por ejemplo, las concesiones de ciertos espacios como los Centros de Transferencia Modal, pues estos, por lo general, son otorgados a empresas prestigiosas y de gran poder económico en el país.

Los empresarios ven en los centros comerciales una gran oportunidad de crecimiento económico, de obtener ganancias y, a veces, posicionarse dentro del imaginario popular al obtener capital social, pues son los que trabajan para mejorar las vialidades o solucionar conflictos. Ellos, además, promocionan las plazas

comerciales como los “nuevos espacios públicos”, así se sustituye completamente el antiguo espacio público y abierto.

En el presente escrito se buscó identificar el papel de los empresarios en la construcción de los centros comerciales y de la generación ciudad, se logró identificar su manera de actuar que es a partir de relaciones de poder entre empresarios y con el gobierno. Estas relaciones se manifiestan con, por ejemplo, la participación directa en algunas tareas gubernamentales como lo fue la realización de la constitución de la Ciudad de México en el año 2017, Esto también aclara la permisividad para que las urbanizadoras realicen obras que aparentemente no deberían permitirse por impactar negativamente en el ambiente, en el tránsito o en la fragmentación de la ciudad, y así que puedan obtener un mayor número de ganancias para, posteriormente, realizar una cotización en bolsa de valores.

Se identifica también que los principales actores urbanizadores son, como se ha mencionado, agentes privados de distintas empresas urbanizadoras, aunque estas pueden tener una diversidad de inversiones y no solo lo urbano, como lo son tiendas departamentales o la misma especulación financiera. Empresas como Carso aparecen como uno de los protagonistas en este proceso, y esto muestra además la manera en que una empresa se diversifica y se reacomoda en todo momento para aparecer como un grupo independiente y diversificar así sus inversiones.

Parque Delta y CETRAM El Rosario ejemplifican dos procesos distintos de construir centros comerciales, aunque tienen las mismas finalidades como lo es la obtención de plusvalía. Por ejemplo, en Parque Delta se ejerce una renta que tiende hacia la monopólica, debido a que en un radio próximo no tiene ningún tipo de competencia parecida, si bien existen diferentes tipos de comercios, no los hay en forma de centro comercial, y por lo tanto su plusvalor aumenta al estar localizado aislado de cualquier otro centro comercial, con lo que su mercado potencial es grande y sin competencia cercana, aquí también se considera que es una plaza altamente comercializable, vendible y visitada, lo que pronostica el éxito de prácticamente cualquier tienda que ahí se establezca por lo que la renta aumenta. Delta resultó ser un espacio excepcional debido a su localización y oferta.

La situación de CETRAM El Rosario tiene diferencias sustanciales con Delta, debido a que la existencia de un paradero por el que miles de personas transitan diariamente, permitió que existiera el interés por grupos inmobiliarios para modificar o diversificar la oferta que ahí existiera. Aunque el CETRAM tiene otros centros comerciales cercanos, la oferta de estos es diferente ya que cuentan con productos o tiendas de mejor cotización en el mercado, pero al CETRAM lo que le permite acceder a una renta diferenciada es la ubicación debido al número de visitantes que transitan por el paradero, eso permite al menos la proyección de los artículos ofertados, aunque la mayoría de estas lo hagan en busca de un transporte público de transporte público.

Delta y CETRAM, evidencian entonces que se tienen diferentes formas de obtener la renta y que esta funcione de diferentes maneras de funcionar según el sector del que se trate, en la cuestión urbana en la que se incluyen a los centros comerciales, un factor primordial es la proximidad con otras estructuras o equipamientos urbanos, además que se considera la comercialización de los productos y lo exclusivo o excepcional que pueda ser (Harvey, 2005: 32), en este aspecto nuevamente se debe incluir a lo que se vende como algo único, que en este sentido puede ser la ubicación que tiene o tendrá el centro comercial.

La arquitectura también podrá es un elemento distintivo que le permite a cada empresa obtener reconocimiento y posicionar sus urbanismos entre la población. La arquitectura puede evidenciar el poder económico existente por parte de las empresas urbanizadoras, ya que comúnmente establecen elementos innovadores o tecnológicos en sus construcciones, aunado a que, por lo general, son arquitectos reconocidos a nivel mundial los que idean los nuevos urbanismos, esto provoca prestigio y publicidad para estas edificaciones, además de que por la parte gubernamental, se debe siempre justificar una inversión o la generación de un nuevo inmueble, por eso el discurso se convierte en un elemento de poder para así convencer a la sociedad de que las acciones tomadas son las correctas. Wolf (2001: 11-15) argumenta que las ideas y los discursos ayudan a glorificar o satanizar cualquier acto o persona, aunque casi siempre vaya una intención de justificar actos

de influencia o de dominación, y esos actos pueden transferirse, en el caso de los centros comerciales, en actos de consumo y de modificación de estilos de vida.

El que en la construcción de un centro comercial participen diferentes agentes, con diversas finalidades, provoca que existan también diferentes maneras de ejercer el poder, ante lo cual se debe entender que no existe una manera unitaria de ejercer poder sino que el aspecto más básico de él es que se efectúa debido a distintas relaciones sociales, por ello es común que al romperse esas alianzas los distintos grupos de poder busquen nuevas alianzas que comúnmente se manifestarán en otras urbanizaciones (Wolf, 2001: 19-20).

Las alianzas entre los poseedores de poder también pueden conllevar el objetivo de neutralizar o eliminar el poder que genera la organización social. Una forma de lograr esto es nuevamente por las nuevas políticas laborales que se insertan en la tercerización de la economía y, en especial, en los trabajadores de los centros comerciales, ya que prácticamente todos los trabajos son sin horarios fijos, tienen solo un día de descanso que es rotativo, la mayoría trabaja por comisiones, entre otras características, además de que no tienen derecho de realizar alguna organización laboral. Esto también ayuda a que se genere una división social ya que se marca la diferencia entre los compradores y los vendedores, entre los consumidores, que en apariencia tienen capital, y los que ofertan las mercancías. Esto último es también parte de la producción y distribución de ideas generadas desde quienes ostentan los poderes económicos y políticos.

La arquitectura, la ubicación del centro comercial y las alianzas entre poderes, permitirá a las empresas lograr generar plusvalía a partir de la renta. Dentro del sistema capitalista es importante generar diferentes formas de lograr que la sociedad se integre a sus proyectos, para esto es que se relacionan los poderes políticos y económicos, que provocan que se genere un consenso a su favor sin tener que recurrir a prácticas violentas que atenten contra su capital social, es así que surge en escena la hegemonía que podrá entenderse como una especie de dominación económica o política disfrazada de benevolencia, donde se realiza el ejercicio del poder y depende de la influencia social y cultural que se tenga para

lograr sus objetivos y en esto, independientemente de quién sea el actor con poder económico, el Estado siempre se manifiesta ya que tiene la capacidad de controlar diversos aparatos ideológicos como la iglesia, la familia o los medios de comunicación (Gramsci en Wolf, 2001: 67-68).

El poder será entonces la capacidad que tenga alguien o algún grupo para hacer que otro alguien u otro grupo realicen lo que desee sin necesidad de brindar explicaciones o justificaciones. Esto se logrará cuando el poder se ejerza de manera vertical y exista quien obedezca y quién mande. Pero es la hegemonía la que permitirá que este proceso sea aceptado por el que obedece, pues el que detenta el poder por lo general asume apariencias de seres bondadosos y familiarizados con problemáticas de la sociedad, por lo que se genera la ilusión de que ellos podrán terminar con los males que aquejan a las sociedades (Wolf, 2001: 371). Lo anterior se evidencia en los nuevos urbanismos, entre los que se destacan los centros comerciales o los grandes megaproyectos que comúnmente están se venden como estructuras que requiere la ciudadanía para terminar con diferencias problemáticas o al menos para alejarlos, es así que se justifica la “innovación cultural y la mejora física del entorno urbano, con las atracciones para los consumidores (con estadios deportivos, centros comerciales) que se han convertido [...] en estrategias de regeneración urbana” que destacan la seguridad y convivencia familiar (Harvey, 2001: 377).

Sin embargo, los centros comerciales no siempre representan el éxito deseado ya sea que la zona donde se edificaron no existe consumidores potenciales, o las tiendas no corresponden al nivel adquisitivo de alrededor o el radio de influencia, como ocurrió con varias plazas construidas en México principalmente entre las décadas de 1980 y 1990 en la que algunos centros comerciales actualmente siguen abandonados, como Plaza Aragón, y otras tuvieron que cambiar de oferta, como la ahora conocida Plaza Galerías.

Es por ello que las plazas son productos de alto riesgo que pueden caer en malos tiempos económicos, o simplemente por la presencia o sobreexplotación de estos inmuebles (Harvey, 2001: 385). Es por ello que se realizan alianzas o relaciones de

poder ya que con ellas el riesgo se reduce y las ganancias pueden maximizarse o al menos asegurarse para algún involucrado, casi siempre para el que ostenta el poder económico. Es el caso de la renta capitalista, o de todas las transacciones en que los inmuebles en general actúan como riqueza acumulada. En el primer caso se trata de la simple existencia de los lugares (el valor del espacio); en el segundo, de su existencia articulada en el proceso capitalista de producción.

Es imperativo que, para la producción de un espacio, deban existir alianzas entre los poderes políticos y económicos. Aunque en ocasiones parezca a simple vista que existen indicios de que una construcción podría no cumplir con los reglamentos o leyes, al hacer las diferentes revisiones se localiza que en realidad no es así, ya que las empresas desarrolladoras por lo general cumplen con todos los reglamentos requeridos. La situación es que, según algunos servidores públicos entrevistados para la realización de este trabajo, las modificaciones en los reglamentos se realizan a partir del cobro de alianzas personales, de amistad o por medio favores políticos para que los reglamentos sean modificados para así “beneficiar la inversión” en determinada zona, lo que en realidad funciona como un beneficio para una o varias empresas. Por lo tanto, el problema no es en realidad el cumplimiento o no de las leyes sino cómo se han hecho estas, a favor de quién y a cambio de qué. Es en parte en estos aspectos donde se identifica la relación entre los distintos niveles de gobierno con las empresas urbanizadoras.

En otro aspecto que tiene relevancia con el cumplimiento de los reglamentos, están los estudios de impacto urbano, vial, ambiental. Básicamente todos los estudios son entregados en tiempo y forma a la autoridad correspondiente, sin embargo, al hacer la revisión de dos casos específicos, con dos empresas diferentes, en zonas divergentes, los resultados son extremadamente similares al igual que los diagnósticos que realizan, ya que pareciera no presentan en realidad el diagnóstico de una zona sino que están llenos de elementos comunes y propuestas obvias y que han sido completamente insuficientes, como lo es el mencionar que al construir la plaza se mejorará el alumbrado público y la vigilancia en la zona, cuando en realidad en el mejor de los casos esto lo único que ha provocado es el recorrer los

cinturones de inseguridad. Lo mismo ocurre en cuestión de saturación vehicular, pues lejos de lograr una solución a esta problemática, esta ha empeorado, principalmente en días inhábiles. Aunado a que tampoco han sido una solución en cuanto a los estacionamientos pues evidentemente por las noches las plazas están cerradas por lo que no funcionan como lugares públicos.

La obtención de ganancia a partir de la renta es fundamental en estos casos. El obtener un bien, en este caso el terreno, es fundamental y los empresarios lo asumen como una importancia fundamental ya que el acceso al terreno les brindará la posibilidad de generar una mayor ganancia. Aunque, en apariencia, la escases de este recurso hace más difícil el conseguir un lugar donde desarrollarlo, el acceso al capital y hasta la relación con las diferentes autoridades gubernamentales, facilitan la obtención del terreno donde edificar un nuevo desarrollo.

Mientras que las lógicas de localización son en la etapa neoliberal complejas y difíciles de analizar, pues anteriormente los inversores buscaban lugares que les permitieran generar mayores ganancias, sin embargo, en la actualidad esto es más complejo, ya que pareciera que solo se busca un sitio donde se pueda obtener una rápida recuperación de la inversión y generar ganancias. El nivel socioeconómico de la población, que en etapas anteriores era fundamental, es relevante, pero para determinar qué tipo de tiendas o de centros comerciales existirán en cada sector de la ciudad. Es decir, el modelo de negocio se ejecuta de igual manera en todos lados, lo que se modifica es la cadena comercial que está ahí presente, es por eso que se localizan centros comerciales en prácticamente cualquier punto de la ciudad, y la tendencia es a diversificarse aún más, esto a pesar de que en otros lugares del mundo es marcada la tendencia a la desaparición de tiendas físicas para sustituirlas por compras por internet. Aunque en el país también existe el modelo de compra en línea, los centros comerciales continúan como un modelo exitoso que, además, participa de manera activa en la expansión territorial de la ciudad, pues actualmente de los primeros equipamientos que se realizan en las periferias de la ciudad son grandes centros comerciales.

Los centros comerciales generan diversas repercusiones, algunas más visibles, como lo es la fragmentación de la ciudad, la aniquilación del espacio público y sustituirlo por espacio privado, aunque esto se justifique en pro de la seguridad y la generación de empleos. Sin embargo, el empleo que se ha producido tiende a la inseguridad social, a la flexibilidad que permite al patrón generar más acumulación a cambio de que el trabajador tenga hora de entrada pero no de salida, salarios bajos, en ocasiones se tienen que mover de lugar en lugar debido a que las empresas así lo demandan, además de contratos sin temporalidad específica o totalmente favorecedores de los dueños del capital, en eso coinciden no solo los dos ejemplos aquí analizados sino, en general, todos los centros comerciales.

El estudio de dos centros comerciales distintos permite también identificar entre sus semejanzas que la historia territorial de ambos muestra las distintas etapas políticas y económicas del país, permite identificar algunos rasgos de la sociedad y evidencia cómo ha ido cambiando la imagen urbana. Se aprecia el antiguo México rural; las repercusiones de la Revolución Mexicana que muestran la fragmentación de haciendas y la formación de ejidos; la etapa de esplendor económico cuando las empresas paraestatales, como el IMSS, tenían un gran potencial económico, lo que les permitía tener inmuebles y hasta equipos profesionales de distintos deportes; la etapa de industrialización del país y la ciudad con zonas específicas para los trabajadores; y hasta la etapa neoliberal actual.

En otro aspecto en que coinciden ambos proyectos de plazas comerciales, es en el mejoramiento de la imagen urbana. Los dos en sus respectivos proyectos y estudios buscan mejorar la estructura urbana circundante, aunque en realidad esto corresponde más a un intento de hacer el centro comercial más accesible y vendible, que se introduzca en el imaginario colectivo como un elemento de mejora urbana. Ambos desarrollos urbanos han realizado mejoras o adaptaciones en vialidades y mejoras en infraestructuras cercanas, aunque esto no corresponde a una mejora sustancial sino a la construcción de un espacio acorde al interés del dueño del capital. Lo que sí han modificado es que el suelo se ha encarecido en algunas zonas cercanas con lo que dificulta el acceso a cualquier persona, incluso

en los proyectos de ambas plazas un punto esencial era mejorar la estructura socioeconómica y calidad de vida.

La publicidad que reciben los centros comerciales colabora en generar estos espacios de consumo que, en ocasiones, se vean como algo fantástico donde poder ir a convivir con la familia o amistades, para consumir cualquier tipo de producto, para distraerse o incluso para un pago de algún servicio. El centro comercial aparece como un lugar idealizado y, para algunos sectores de la sociedad, la única forma de diversión o entretenimiento al menos de manera segura. Se les pueden considerar espacios Banalizados porque, aunque se puedan realizar distintas actividades según los urbanistas, el fin último es propiciar el consumo.

Es entonces que puede apreciar cómo es que las plazas comerciales tienen influencia en la conformación de un nuevo espacio urbano específico. Lo producen o reestructuran según sus intenciones u objetivos. Ellos esperan que el nuevo espacio les brinde la posibilidad de generar plusvalor que a su vez les brinde mayor libertad de elección y mejores relaciones con el sector político en sus distintos niveles.

Mientras las empresas buscan la generación de plusvalía, el centro comercial se convierte en un punto de interés para el análisis, ya que es la punta de iceberg de un entramado financiero y comercial. Como se mencionó, para que funcionen se debe generar en la sociedad comportamientos específicos, pero para que puedan funcionar se ha establecido una red de mecanismos como lo son la capacidad de generar alianzas con el sector financiero como lo es la formación de las Fibras, que les permiten a los urbanistas mayor capacidad de movimiento al tener un mayor capital, e incluso generar forma de inversión con menor riesgo y a la vez mayor flexibilidad con, por ejemplo, la utilización de las Afores.

Los centros comerciales compiten en la actualidad con la cada vez mayor compra en línea, incluso diversos sectores económicos o académicos pronuncian que el centro comercial estará destinado a desaparecer, sin embargo, al menos en nuestro país, eso está lejos de suceder, ya que la plaza no solo es el lugar donde la gente acude a comprar, sino que es un sitio de reunión, de esparcimiento, de ocio, de

socializar, entre otras, en un ambiente aparentemente seguro y alejado de la problemática de inseguridad que se vive en el país. Además, que las nuevas construcciones no solo se dedican a edificar la plaza sino que ahora se cuenta con la tendencia de realizar megaproyectos, en los que el centro comercial es un elemento más aunque con importancia fundamental. Si todo esto no fuera suficiente, el ejemplo del CETRAM sirve para evidenciar como de un paradero, de un sitio de paso se realizó un centro comercial completo a pesar de las quejas de los usuarios.

La diversificación en los proyectos urbanísticos, también corresponde a una forma en que las empresas buscan resistir la oferta en línea y adaptarse a esta forma de consumo. Por lo tanto, una de las principales tareas de los centros comerciales es realizar actividades de ocio y entretenimiento o aglomerar ya no solo tiendas sino distintos sectores económicos. Aunque esto, por otro lado, podría propiciar, al menos en la Ciudad de México, una sobresaturación en la oferta de los centros comerciales, con lo que se pierden las características de localización de cada una de ellas y el mercado se esparce entre todas las ofertas. Con la necesidad de generar mayores espacios para la actividad comercial, es que también en lugares destinados a otras actividades se convierten también centros comerciales, como lo son los CETRAMs.

El que los CETRAMs como centros comerciales no se hayan masificado en la ciudad, se debe a las pugnas por el control de los paraderos, ya que sea entre dueños de rutas o de autoridades, e incluso de inversores, aunque es pertinente señalar que existen proyectos diversos para generar espacios de consumo en prácticamente todos los paraderos de la capital del país. Por lo que se puede afirmar que la tendencia de convertir los lugares de traslado en comercios establecidos es creciente.

Otro elemento que permite entender que el centro comercial, al menos por ahora, no desaparecerá, es que más inversores de distintos rubros voltean hacia la inversión urbana en especial en el comercio para generar mayores ganancias. Tal es el caso de Grupo Gigante que dejó de ser tienda para convertirse casi por

completo en inmobiliaria. Aunque sin importar la inversión que se tenga, cuando este negocio deje de ser rentable el capital se esfumará.

Carso y Danhos muestran que la diversificación de sus construcciones y repetición de ellas, les permiten generar plusvalía, y que el sector urbano es fundamental en ello, pero no todas las empresas urbanizadoras funcionan de la misma manera, ya que existen empresas menores que ingresan al negocio inmobiliario y son capaces de generar plusvalor con una sola edificación, por ejemplo, Banca Mifel, constructora de Plaza Oasis que desde su apertura ha logrado ser de las más visitadas en la ciudad y donde el metro cuadrado rentable está al nivel comercios como Delta. aunque lo que le dio el respaldo a esa empresa de construir el centro comercial, fue su capital financiero.

En ambos casos abordados, se identificó que los agentes públicos y privados cuentan con el centro comercial para “mejorar” la calidad de vida de la sociedad, ya sea por la satisfacción de necesidades o la “solución de problemas. CETRAM El Rosario es parte de un proyecto gubernamental por ordenar una zona conflictiva. Delta es un centro comercial privado que provocó la inversión urbana y comercial en toda la zona, además de que cambió y elevó el costo del uso de suelo en la zona cercana.

La construcción del CETRAM, permite a Carso, además de todo lo expuesto, lograr cierto control o influencia sobre el transporte público. Las rutas de autobuses que recorren los límites administrativos entre ciudad y estado de México pertenecen a distintos grupos de poder perfectamente organizados, los que, es común, estén en alianza con distintos sectores políticos, por lo que la construcción de los CETRAMs le permitirá a esta empresa aparecer en el horizonte de estas relaciones. Aunque lo anterior es difícil de comprobar ya que muchas de las relaciones existentes en el transporte no son claras ni abiertas. Lo mismo ocurre con Carso, que a pesar de una de las empresas más conocidas en México y América en general, existe cierta dificultad para acceder a su información. Aunque existe una bibliografía extensa sobre Carlos Slim y Grupo Carso, la información existente sobre ciertos negocios, es opaca. Además, el tamaño de la empresa hace difícil identificar distintos

procesos o ganancias generadas por el CETRAM El Rosario o lo que este le ha representado a la empresa, ya que esta construcción no figura ni en la información oficial de la empresa, ni en los informes financieros públicos anuales ni trimestrales, la información solo aparece por sector que es comercial, industrial, financiero, pero sin especificar el modelo de negocio.

Bibliografía

- Aguilar, A, 1956. *Jorge Pasquel en el béisbol mexicano*. P. 119-164. en Agundis, T. 1956. *El verdadero Jorge Pasquel, Ensayo biográfico sobre un carácter*. 1956. Talleres Gráfica Atenea. México.
- Aguilar, A. 2006. *Las grandes aglomeraciones y su periferia regional*. Experiencias en Latinoamérica y España. Instituto de geografía. UNAM.
- Aguilar, G. y Vázquez, M. 2000. *Crecimiento urbano y especialización económica en México. Una caracterización regional de las funciones dominantes*. Investigaciones Geográficas número 42. México agosto 2000.
- Blancas, S. Hernández, M. y Arellano, D. 2018. *Decisiones e implementación en la construcción en las primeras once líneas de la red del Metro de la Ciudad de México. Hacia la desorganización del metro (1967-2000)*. En Gestión y Política Pública. Volumen Temático 2018. pp 89 – 125.
- Capel, H. 1974. *Agentes y estrategias en la producción del espacio urbano español*. Revista de geografía, Vol. 8 número 1-2. España.
- Coll-Hurtado, A. y Córdova, J. 2006. *La Globalización y el Sector Servicios*. En Investigaciones Geográficas, núm. 61 diciembre 2006, pp 114-131. Instituto de Geografía, UNAM, México.
- Connolly, P. 1982. *Un hogar para cada trabajador*. En Revista Azcapotzalco: Una historia y sus conflictos. Vol, III. No. 6-7. Universidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias Sociales y Humanidades de Azcapotzalco, PP149-192.
- Crovi, D. 2007. *Grupo Carso y Telefonía en México. Urdimbre de poder económico, político y social*. Revista en Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. IX, n. 3. Sep.-Dic.2007.
- Cruz y Carrillo, A. 2006. *Un ejercicio de planeación y la construcción de nuevos espacios urbanos: el caso de Santa Fe*. En: Cruz Rodríguez, María Soledad Coordinadora. 2006. *Espacios metropolitanos 2. Población, planeación y*

políticas de gobierno. Editorial de la Red Nacional de Investigación Urbana UAM. México.

Cruz, F. 2008. *Efectos de la globalización en el espacio urbano de la ciudad de México: Caso de estudio Antara Polanco*. Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias en Arquitectural. Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura Unidad Tecamachalco.

Cruz, F. 2008. *Megaproyectos Comerciales en la Ciudad de México. En Esencia y Espacio*. Julio-diciembre 2008. No 27. IPN.

Del Valle, M. 2008. *Del monopolio estatal al "monopolio" privado: El rol de la alianza entre el gobierno mexicano y el grupo Carso en la re-regulación de las telecomunicaciones (1989-2006)*. En *La Croniques des Amériques*, Febrero 2008, No 4. Observatoire Des Amériques.
file:///C:/Users/Lis%20Blanco/Desktop/chro_ESTEVE_08_04.pdf

Duhau, E. y Giglia, Á. 2004. *Espacio público y nuevas centralidades Dimensión local y urbanidad en las colonias populares de la Ciudad de México*. En *Papeles de Población*, Vol. 10. Núm 41, julio-septiembre, 2004, pp 167-194.

Escudero, L. 2008. *Los centros comerciales. Espacios postmodernos de ocio y consumo*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Colección Monografías. España.

Esquivel, M. 2008. *El diseño, la vida cotidiana y el espacio habitacional*. Conferencia magistral, pp 13-28. En Esquivel, María. 2008. *Memorias: Coloquio Vida Cotidiana y Diseño*. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Azcapotzalco.

Felipe, C. y Ramírez, B. 2016. *Discursos, política y poder: el espacio público en cuestión*. En *Territorios 35*. Bogotá, 2016. Pp 37-57.

Finol, J. 2006. *Globalización, espacio y ritualización: De la plaza pública al mall*. En *Espacio Abierto*. V 15 No 1-2. Pag 455 – 470.

Foucault, M. 1975. *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión*. Reimpresión 2010. Siglo XXI, México.

- Foucault, M. 2012. *Historia de la sexualidad. La voluntad del saber*. Siglo Veintiuno Editores, México.
- García, J. y Xirinacs, L. 2006. *La dimensión cooperativa. Economía solidaria y transformación social*. Icaria Editorial. Barcelona, España.
- Gasca, J. 2017. *Centros comerciales de la Ciudad de México: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo*. En *Eure*. Vol. 43. No 130.
- Gasca, J. 2017. *Los centros comerciales en la Ciudad de México: difusión espacial y efectos en la reestructuración urbana*. En: Gasca, José, (Coordinador). *Espacios de consumo y el comercio en la ciudad contemporánea*. DGAPA. México. PP 57-93
- Gasca, J. 2018. *Centros comerciales: hitos contemporáneos del consumo*. En: *Momento Económico, Boletín*. Julio, 52.
- Gasca, J. 2019. *Circuitos globales de la financiarización del sector inmobiliario y procesos emergentes en la producción del espacio urbano*. En: Gasca, José. (Coordinador). 2019. *Capital inmobiliario. Producción y transgresión del espacio social en la ciudad neoliberal*. Instituto de Investigaciones Económicas; UNAM.
- Gaceta Oficial del Distrito Federal 20 de noviembre de 2014. Pag 39 – 42. Recuperado de https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/7217ef40a0093b93a0e8b05fab336da1.pdf
- Gaceta Oficial Del Distrito Federal, 14 de julio de 2014. P 4-7. Recuperado de https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/eb0e57b5e68cd2bf99776d1d84459caf.pdf
- Giacalone, R. 2008. *Gigantes en acción: las multinacionales latinas en el nuevo siglo*. En: *Revista Nueva Sociedad* núm 2014, marzo-abril de 208.
- González, F. 2013. *Espacialización de la violencia en las ciudades latinoamericanas: una aproximación teórica*. En: *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana*. Volumen 22, Número 1. P 169.

- Gutiérrez, M. 2011. *Análisis de los aciertos estratégicos y el impacto económico de Carlos Slim-Helú en la Industria de las Telecomunicaciones*. En Revista de Comunicaciones. Núm. 10, 2011. Pags, 7-24.
- Harvey, D. 2007. *Breve historia del neoliberalismo*. Akal. Primera edición lengua española. Barcelona, España.
- Harvey, D 1990. *Los Límites del Capital y Teoría Marxista*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Harvey, D. 2003. *El Nuevo Imperialismo*. Akal. Barcelona, España.
- Harvey, D. 2005. *El arte de la renta: La globalización y la mercantilización de la cultura*. En: Harvey, d. y Smith, Neil. 2005 *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona.UAB, Bellaterra. Barcelona
- Harvey, D. 2010. *El Enigma del Capital y las crisis del capitalismo*. Akal, Cuestiones de antagonismo. Madrid, España.
- Harvey, D. 2011. *Ciudades Rebeldes. Del Derecho a la Ciudad a la Revolución Urbana*. Akal, España.
- Harvey. D. 1985. *Urbanismo y desigualdad social*. Siglo XXI de España, Madrid. España.
- Harvey. D. 2001. *Espacios del Capital. Hacia una Geografía Crítica*. Akal, Barcelona, España.
- Harvey. D. 2014. *Diecisiete contracciones del capital*. Instituto de Altos Estudios del Ecuador (IAEN). Ecuador.
- Hernández, G. y Cantú, R. 2014. *Des-industrialización en la metrópoli: el estudio de Azcapotzalco, D.F.* En Mundo Siglo XXI. Revista del CIECAS-IPN. Núm. 35, Vol. X. pp 85-100.
- Hiernaux, D. 1999. *Los frutos amargos de la globalización: expansión y reestructuración metropolitana de la Ciudad de México*. Eure. Santiago, Vol. 25. Santiago, 1999.

- INEGI. 2019. *Información general. Empleo y Ocupación. Agosto 2019*. En INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- Islas, M. *Genealogía de Grupo México*. En: Boletín: Publicación del Laboratorio de estudios sobre empresas transnacionales. Número 4, junio 2017.
- Janoschka y Glasze. 2003. *Urbanizaciones cerradas: un modelo analítico. En Ciudades. Análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana*. RNIU, num. 59. Año 15. México.
- Jappe, A. 2014. Prólogo. En Marx, Carl. 2014. *El fetichismo de la mercancía (y su secreto)*. Pepitas de calabaza. Barcelona, España.
- Jaramillo, S. 2008. *Hacia una teoría de la renta del suelo urbano*. Universidad de Los Andes. Colección Cede 50 años. Segunda edición.
- Lefebvre, H, 2013. *La Producción del Espacio*. Capitán Swing, España.
- López, L. 2006. *Centros comerciales, recintos fortificados*. En Veredas. Vol. 7, No 12, Pág. 147-163.
- López, L 1999. *Centros Comerciales: espacios que navegan entre la realidad y la ficción*. Nuestro Tiempo. México.
- Lulle, T. y Paquette, C. 2007. *Los grandes centros comerciales y la planificación urbana. Un análisis comparativo de dos metrópolis latinoamericanas*. En Estudios demográficos urbanos. Col. 22, No 2, pág. 337 361.
- Martínez, J. 2010. *Análisis de los centros de transferencia estratégicas en el Distrito Federal*. Tesina de especialidad en movilidad. Centro de Investigación e Innovación Tecnológica. Instituto Politécnico Nacional (IPN).
- Méndez, E. 2003. *El Urbanismo defensivo*. En Ciudades. Análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana. RNIU, núm. 59. Año 15. México.
- Muñoz, F. 2008. *Urbanización, paisajes comunes, lugares globales*, Gustavo Gili. Barcelona, España.
- Núñez, B. 2007. *Ciudad loma Dorada, Un gran desarrollo habitacional en la Zona Metropolitana de Guadalajara*. El Colegio de Jalisco. México.

- Pradilla, E, Márquez, L. Carreón, S. y Fonseca, E. 2008. *Centros comerciales, tercerización y privatización de lo público*. En CIUDADES 79, julio-septiembre de 2008, Puebla, México.
- Pradilla, E. 2012. *La economía y las formas urbanas en América Latina*. En Ramírez, B y Pradilla, E. 2012, *Teorías sobre la ciudad en América Latina*, Volumen 1. UAM, Xochimilco. México.
- Pradilla, E. y Pino, R. 2004. *Ciudad de México: de la centralidad a la red de corredores urbanos* en *Anuario de espacios urbanos*. México, D. F. DCyAD, UAM Azcapotzalco, p71-96.
- Pradilla, E. 2004. *Ciudad de México: Los Caminos de la Privatización de lo Urbano*. En Ciudades 64, octubre – diciembre, RNIU, Puebla.
- Pradilla, E. 2008. *Zona Metropolitana del Valle de México: De la Centralidad a la Red de Corredores Terciarios*. En SCRIBD. México
- Pradilla, E; et al. 2008. *Centros comerciales, tercerización y privatización de lo público*. En: Ciudades 79, julio-septiembre 2008, RNIU, Puebla, México.
- Ramírez, B. 2008. *Las ciudades neoliberales: Categorías, método y política*. En Revista Geográfica Venezolana, Vol. 49 (1). 2008: 123-130.
- Ramírez, P. 1994. *Modernización y espacios de consumo*. Ciudades Núm. 24. Octubre-diciembre, RNIU. México.
- Ramírez, P. 2008. *La Fragilidad del espacio público en la ciudad segregada*. En Campos, Rolando, Ramírez, Patricia, et al. 2008. *Pobreza, desigualdad y exclusión social en la ciudad del siglo XXI*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. México.
- Ramírez, P. 2015. *Espacio público ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México*. Revista Mexicana de Sociología. Vol. 77, n. 1, pp 07-36. México.
- Ramírez, S. *La élite mexicana: entre el privilegio y el monopolio*. En: Boletín: Publicación del Laboratorio de estudios sobre empresas transnacionales. Número 4, junio 2017.

- Relea, F. 2011. *Carlos Slim, liderazgo sin competencia..* en: Zepeda, J.(coordinador) 2011. *Los amos de México*. Planeta, Colección Temas de Hoy. México.
- Rendón, L. y Godínez, J. 2016. *Evolución y cambio industrial en las Zonas Metropolitanas del Valle de México y Toluca, 1993-2008*. En: Análisis Económico, vol. XXXI, núm. 77, 2016. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Azcapotzalco
- Robert, A. y Messias, W. 2009. *Geografía crítica. La valorización del espacio*. ITACA. México.
- Rojas. R. 2012. *La movilidad no motorizada, Azcapotzalco y la Universidad Autónoma Metropolitana*. Tesis para obtener el título de Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), 2019. *Secretaría de empleo y productividad laboral. Información laboral septiembre*. <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20nacional.pdf>
- Servicio Nacional del Empleo (SNE). 2019. *Información estadística para el futuro académico y Laboral de México*. En Observatorio Laboral. Gobierno de México. http://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Ocupacion_sectores.html
- Singer, P.1999. *Curso de introducción a la economía política*. Siglo XXI editores. Primera edición 1978. México.
- Smith, N. 2005. *El redimensionamiento de las ciudades: la globalización y el urbanismo neoliberal*. En Harvey, d. y Smith, Neil. 2005 *capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona. UAB, Bellaterra. Barcelona.
- Valenzuela, A. 2003. *Límites, segregación y control social del espacio*. En Ciudades. Análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana. RNIU, núm. 59. Año 15. México.

- Valverde, C. 2003. *Un proceso de difusión: urbanizaciones cerradas*. En Ciudades. Análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana. RNIU, núm. 59. Año 15. México.
- Villamil J. 2011. *Emilio Azcárraga Jean, Las trampas del rating*. En: Zepeda, J.(coordinador) 2011. *Los amos de México*. Planeta, Colección Temas de Hoy. México.
- Wolf. E. 2001. *Figurar el poder: Ideologías de dominación y crisis*. Antropología Ciesas, México.
- Zárate, A. 1994, *El mosaico urbano. Organización interna y vida en las ciudades*. Cuadernos de estudio 13. Serie Geografía. Editorial Cincel.
- Zepeda, J.(coordinador) 2011. *Los amos de México*. Planeta, Colección Temas de Hoy. México.
- Ziccardi, A. 2012. *Espacio público y participación ciudadana. El caso del Programa Comunitario de Mejoramiento Barrial de la Ciudad de México*. En: Gestión y Política Pública. Volumen temático 2012. Pp 187-226.

Anexo. Tabla con los datos de los centros comerciales considerados.

NOMBRE	GRUPO DESARROLLADOR	APERTURA	CONDICION	TIENDA ANCLA	CALLE	COLONIA	DELEGACION/MUNICIPIO	ENTIDAD	DIRECCION COMPLETA	TOTAL DE LOCALES	Lugares de estacionamiento
Garden Santa Fe	Arquitectoma	2013	En operación	Sanborns.	Guillermo Gonzalez Camarena 1205	Zedec Santa Fe	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Guillermo Gonzalez Camarena 1205,Zedec Santa Fe,Álvaro Obregón,Distrito Federal	55	1600
Arenal	Artha	2016	en operación	Cinemex, Sport city	calzada arenal 561	tepepan	xochimilco	distrito federal	calzada arenal 651, tepepan, xochimilco	34	
Pasaje Ferrería	Artha	2016	en operación	Cinemex, bodega aurrerá	antigua calzada de guadalupe 251,	barrios san marcos	Azcapotzalco	distrito federal	antigua calzada de guadalupe 251, barrios san marcos, azcapotzalco, distrito federal.	50	
Paseo Ventura	Artha	2016	en operación	Cinemex, Pista de Hielo	avenida insurgentes 20	sosa texcoco	ecatepec	México	avenida insurgentes 20, fraccionamiento las américas, sosa texcoco, ecatepec de morelos	45	1149
Pabellón Polanco	Banca Mifel (Grupo MF)	1990	En operación	Cinemex, Sears	Avenida Ejército Nacional 980	Chapultepec Morales	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Avenida Ejército Nacional 980,Chapultepec Morales,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	130	
Oasis	Banca Mifel (Grupo MF, Moises Farca)	2015	En operación	City Marker (Comercial Mexicana) Cinépolis	Avenida Universidad 1778	Romero de Terreros	Coyoacán	Distrito Federal	Avenida Universidad 1778,Romero de Terreros,Coyoacán,Distrito Federal		2400
Paseo Acoxa	Banca Mifel. Erovi, S.C. Carso- Grupo Gigante Inmobiliaria. Arquitech.	2011	En operación	Cinépolis	Avenida Acoxa 430	Ex Hacienda Coapa	Tlalpan	Distrito Federal	Avenida Acoxa 430,Ex Hacienda Coapa,Tlalpan,Distrito Federal	90	1836
Plaza Loreto	Carso	1993	En operación	Sanborns	Altamirano 46	Tizapán San Angel	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Altamirano 46,Tizapán San Angel,Álvaro Obregón,Distrito Federal		
Plaza Telmex	Carso	1996	En operación	Lumiere. Teatros	Cuauhtémoc 19	Roma	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Cuauhtémoc 19,Roma,Cuauhtémoc,Distrito Federal		
Carso	Carso	2012	En operación	Sanborns. 5th Av.	Lago Zurich 245	Ampliación Granada	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Lago Zurich 245,Ampliación Granada,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	71	
Centro de Transferencia Multimodal El Rosario (CETRAM)	Carso	2012	En operación	Soriana, Cineméx	Avenida El Rosario y Avenida de las Culturas	El Rosario	Azcapotzalco	Distrito Federal	Avenida El Rosario y Avenida de las Culturas,El Rosario,Azcapotzalco,Distrito Federal	80	
Mexipuerto Homex Ciudad Azteca Bicentenario	Carso	2009	En operación	Sanborns, Cinemez	Avenida Central 50	Ciudad Azteca	Ecatepec de Morelos	México	Avenida Central 50,Ciudad Azteca,Ecatepec de Morelos,México	100	
Plaza Palmas	Carso	2015	en operación	sanborns	avenida paseo de las palmas 781	Lomas de Chapultepec	miguel hidalgo	distrito federal	Avenida paseo de las palmas 781, lomas de chapultepec, III sección, miguel hidalgo, distrito federal.		753
Plaza Tlane, Fashion Mall.	Carso	2015	en operación	Liverpool, Sears, Sanborns	Avenida sor juana inés de la cruz 280	centro industrial tlalnepantla	tlalnepantla	México	avenida sor juana inés de la cruz 280, centro industrial tlalnepantla, tlalnepantla méxico	120	4033

Plaza Inbursa centro comercial y cultural Cuicuilco	Carso	1997	En operación	Cinemex, Sanborns	Avenida Insurgentes Sur 3500	Peña Pobre	Talpan	Distrito Federal	Avenida Insurgentes Sur 3500,Peña Pobre,Talpan,Distrito Federal		
Galerías Insurgentes	Centros comerciales Galerías. ADCONIS	1992	En operación	Liverpool	Parroquia 194	Actipan Del Valle	Benito Juárez	Distrito Federal	Parroquia 194,Actipan Del Valle,Benito Juárez,Distrito Federal	122	1841
Plaza Aeropuerto	CIMEX Grupo Inmobiliario.	2010	En operación	Cinépolis	Calzada Ignacio Zaragoza 270	Santa Cruz Aviación	Venustiano Carranza	Distrito Federal	Calzada Ignacio Zaragoza 270,Santa Cruz Aviación,Venustiano Carranza,Distrito Federal		
Centro San Miguel	Consortio ARA. División de Construcción y de Desarrollo	2001	En operación	Mega Comercial mexicana. Cinépolis.	Avenida Huehuetoca entre Jiménez Cantú y 1º de Mayo	Ex Hacienda San Miguel	Cuautitlán Izcalli	México	Avenida Huehuetoca entre Jiménez Cantú y 1º de Mayo,Ex Hacienda San Miguel,Cuautitlán Izcalli,México	97	1300
Centro de las Américas Fashion Mall	Consortio ARA. División de Construcción y de Desarrollo	2001	En operación	Liverpool, Sears, suburbia.	Av Central Hank Gonzales esquina 1º de mayo	Fraccionamiento Las Americas	Ecatepec de Morelos	México	Av Central Hank Gonzales esquina 1º de mayo,Fraccionamiento Las Americas,Ecatepec de Morelos,México	120	4600
Centella	Consortio ARA. División de Construcción y de Desarrollo	2011	En operación	Megacomercial Mexicana, Cinépolis	Carretera Cuautitlán - Tultepec 1	Terremoto. El Magueyal	Cuautitlán	México	Carretera Cuautitlán - Tultepec 1, Terremoto. El Magueyal,Cuautitlán,México	90	970
Town Center Zumpango	Corporativo Grupo GDI	2010	En operación	Cinépolis. Walmart. Sam's Club.	Carretera Los Reyes Acozac 2000	Buenavista	Zumpango de Ocampo	México	Carretera Los Reyes Acozac 2000,Buenavista,Zumpango de Ocampo,México	96	2018
Lomas La Plaza	CREAR Desarrollo inmobiliarios. Ingenieros y Medio Ambiente	2014-2015	En operación	Sport City. Sanborns	Boulevard Manuel Ávila Camacho 66	Lomas de Chapultepec	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Boulevard Manuel Ávila Camacho 66,Lomas de Chapultepec,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	40	
Reforma 222	Danhos	2007	En operación	Sanborns, Cinemark	Paseo de la Reforma 222	Roma Norte	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Paseo de la Reforma 222,Roma Norte,Cuauhtémoc,Distrito Federal	84	1810
El Toreo	Danhos	2014-2017	En operación		Boulevard Manuel Ávila Camacho y Avenida Casa de la Moneda	Lomas de Sotelo	Naucalpan de Juárez	México	Boulevard Manuel Ávila Camacho y Avenida Casa de la Moneda,Lomas de Sotelo,Naucalpan de Juárez,México		6700
Parque Las Antenas	Danhos	2017	construcción	Liverpool	Tulyehualco Canal de Garay y avenida tlahuac	Mirsoles, Tulyehualco.	Iztapalapa	Distrito Federal	Tulyehualco Canal de Garay y avenida tlahuac, mirsoles, Iztaapalapa, Distrito Federal.		2300
Parque Vía Vallejo	Danhos	2016	en operación	Sanborns, Sears+G135	calzada via vallejo 1090	Santa cruz de las salinas	azcapotzalco	distrito federal	calzada via vallejo 1090, santa cruz de las salinas, azcapotzalco	135	4700
Centro Comercial Parque Delta	Danhos - Arquitech	2005	En operación	Liverpool, Soriana, Cinemex	Avenida Cuauhtémoc 462	Narvarte	Benito Juárez	Distrito Federal	Avenida Cuauhtémoc 462,Narvarte,Benito Juárez,Distrito Federal	136	2500
Parque Alameda	Danhos – Arquitech – Gobierno DF.	2000	En operación	Sin tienda ancla	Avenida Juárez 76	Centro	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Avenida Juárez 76,Centro,Cuauhtémoc,Distrito Federal	26	350

Parque Tezontle	Danhos Arquitech	2007	En operación	Sanborns, Cinemark	Avenida Canal de Tezontle 1512	Alfonso Ortiz Tirado	Iztapalapa	Distrito Federal	Avenida Canal de Tezontle 1512,Alfonso Ortiz Tirado,Iztapalapa,Distrito Federal	220	2745
Parque Duraznos	Danhos Arquitech	2000	En operación	Cinemark	Bosque de Duraznos 39	Bosque de las Lomas	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Bosque de Duraznos 39,Bosque de las Lomas,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	55	947
Plaza Parque Lindavista	Danhos Arquitech	2006	En operación	Liverpool, Cinemark	Avenida Montevideo 363	Lindavista Norte	Gustavo A. Madero	Distrito Federeal	Avenida Montevideo 363,Lindavista Norte,Gustavo A. Madero,Distrito Federeal	182	2244
Pabellón Cuauhtémoc	Danhos Empresa Pabellón Cuauhtémoc Inmobiliaria	2005	En operación	Sanborns, Cinemex	Antonio Manuel Anza 20	Roma	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Antonio Manuel Anza 20,Roma,Cuauhtémoc,Distrito Federal	60	
Palomas	e-Group	1998	En operación	Bodega Aurrerá, Cineméx	Avenida Central 615	Santa Cruz	Ecatepec	México	Avenida Central 615,Santa Cruz,Ecatepec,México		632
Pabellón Cuernavaca	e-Group - Fibra UNO	2012	En operación	Walmart, Suburbia	Cañaveras 222	Granjas Coapa	Tlalpan	Distrito Federal	Cañaveras 222,Granjas Coapa,Tlalpan,Distrito Federal		1500
Pabellón del Valle	e-Group Fibra UNO	2004	En operación	Cinemex	Avenida Universidad 740	Del Valle	Benito Juárez	Distrito Federal	Avenida Universidad 740,Del Valle,Benito Juárez,Distrito Federal		
Plaza Central	e-Group Fibra UNO	2010	En operación	Sanborns, Suburbia	Avenida Canal Río Churubusco 1635	Central de Abastos	Iztapalapa	Distrito Federal	Avenida Canal Río Churubusco 1635,Central de Abastos,Iztapalapa,Distrito Federal		
Pabellón Río de los Remedios	e-Group Fibra UNO		En operación	Walmart, Suburbia	Río de los Remedios 5	Ex rancho Santa Cruz, Ex Rancho Santa Cruz Ixhuantepec	Tlalnepantla	México			
Centro Comercial Lago de Guadalupe	e-Group Gicsa	2011	En operación	Sam's Club. Suburbia. Walmart.	Carretera Lago de Guadalupe S/N Lote 2	San Pedro Barrientos	Tlalnepantla de Baz	México	Carretera Lago de Guadalupe S/N Lote 2,San Pedro Barrientos,Tlalnepantla de Baz,México	60	
Samara	e-Group Gicsa	2011	En operación	Sport City. Cinépolis	Avenida Santa Fe 94	Santa Fe	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Avenida Santa Fe 94,Santa Fe,Álvaro Obregón,Distrito Federal	50	5000
Centro Comercial Interlomas	E-GROUP/Fibra Uno	1992	En operación	El Palacio de Hierro	Bulevard Interlomas 5	Centro Urbano San Fernando	Huixquilucan	México	Bulevard Interlomas 5,Centro Urbano San Fernando,Huixquilucan,México	230	
Mitikah	Fibra UNO	2018	construcción		Avenida Río Churubusco 601	Xoco	Coyoacán	México	Avenida Río Churubusco 601 ,xoco, Coyoacán, Distrito Federal		
Plaza Tecamac	Fondo Comercial Mexicano S. de R. L. de C. V.	2007	En operación	Walmart. Suburbia	Carretera Federal México-Pachuca Km 36.5	Hueyetengo	Tecamac	México	Carretera Federal México-Pachuca Km 36.5,Hueyetengo,Tecamac,México	83	2160
Multiplazas Alamedas	Frisa	1976	En operación	Megacomercial Mexicana	Boulevard Adolfo López Mateos 100	Fraccionamiento Las Alamedas	Atizapán de Zaragoza	México	Boulevard Adolfo López Mateos 100,Fraccionamiento Las Alamedas,Atizapán de Zaragoza,México	123	754
Multiplaza Arboledas	Frisa	2006	En operación	Walmart. Suburbia	Autopista México Querétaro 3985 y Avenida Gustavo Baz	Centro Industrial	Tlalnepantla	México	Autopista México Querétaro 3985 y Avenida Gustavo Baz,Centro Industrial,Tlalnepantla,México	123	1500
Multiplaza Izcalli	Frisa	1989	En operación	Comercial Mexicana	Avenida Doctor Jiménez Cantú Sin número	Centro urbano Cuautitlán	Cuautitlán	México	Avenida Doctor Jiménez Cantú Sin número esquina Avenida Constitución,Centro urbano Cuautitlán,Cuautitlán,México	122	654

					esquina Avenida Constitución						
Multiplaza San Mateo	Frisa	1990	En operación	Soriana	Avenida Alcanfores 60	Jardines de San Mateo	Naucalpan	México	Avenida Alcanfores 60,Jardines de San Mateo,Naucalpan,México	98	457
Multiplaza Valle Dorado	Frisa, Constructora de Ciudades.	1974	En operación	Comercial Mexicana	Baulevard Manuel Ávila Camacho 3227	Fraccionamiento Valle Dorado	Tlanepantla	México	Baulevard Manuel Ávila Camacho 3227,Fraccionamiento Valle Dorado,Tlanepantla,México	96	957
Mundo E	Frisa.	1998	En operación	Cinemex	Boulevard Manuel Ávila Camacho 1007	San Lucas Tepetlascalco	Tlanepantla	México	Boulevard Manuel Ávila Camacho 1007,San Lucas Tepetlascalco,Tlanepantla,México	150	3405
Magnocentro 26 Comercial Interlomas	Frisa. Grupo GDI	2001	En operación	Sin tienda ancla	Boulevard Magnocentro 26	Centro Urbano San Fernando La Herradura	Huixquilucan	México	Boulevard Magnocentro 26,Centro Urbano San Fernando La Herradura,Huixquilucan,México	105	2123
Galerías Coapa	Galerías. Adcoapa	1992	En operación	Liverpool, Sears, Sanborns	Calzada del Hueso 519	Residencial Coapa	Tlalpan	Distrito Federal	Calzada del Hueso 519,Residencial Coapa,Tlalpan,Distrito Federal	156	2210
Forum Buenavista	Gicsa	2009	En operación-ampliación	Sears	Eje 1 norte Mozqueta 259	Buenavista	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Eje 1 norte Mozqueta 259,Buenavista,Cuauhtémoc,Distrito Federal	281	4000
Plaza Zentro	Gicsa	1991	En operación	Sin ancla	Presidente Mazaryk 407	Polanco	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Presidente Mazaryk 407,Polanco,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	22	205
Center Plaza	GICSA	1992	En operación	Comercial Mexicana, Cines Centerplaza	Avenida Central 50	Valle de Anáhuac	Ecatepec	México	Avenida Central 50,Valle de Anáhuac,Ecatepec,México		
Paseo Interlomas	Gicsa - Elías y Abraham Cababie, eGropup.	2011	En operación	Liverpool	Vialidad de la Barranca 6	Bosque de las Palmas	Huixquilucan	México	Vialidad de la Barranca 6,Bosque de las Palmas,Huixquilucan,México	160	
Plaza Arcos Bosques	Gicsa (entre otras)	2008	En operación	Sin tienda ancla	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	Cuajimalpa	Distrito Federal	Paseo de los Tamarindos 90,Bosques de las Lomas,Cuajimalpa,Distrito Federal	61	2526
Las tiendas San Esteban	Gigante Grupo Inmobiliario	2010	En operación	Chedraui. Cinémex.	Calzada San Esteban 46	San Esteban Huitzilacasco	Naucalpan	México	Calzada San Esteban 46,San Esteban Huitzilacasco,Naucalpan,México	100	913
Plaza Galerías	Gloria Funtanet	1982	En operación	Cinemex	Melchor Ocampo 193	Anzures	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Melchor Ocampo 193,Anzures,Miguel Hidalgo,Distrito Federal		
Centro Coyoacán	Grupo Bal, Palacio de Hierro. Arq. Sordo Madaleno	1989	En operación	El Palacio de Hierro	Eje 3 poniente (Avenida Coyoacán) 2000	Xoco	Benito Juárez	Distrito Federal	Eje 3 poniente (Avenida Coyoacán) 2000,Xoco,Benito Juárez,Distrito Federal	123	1600
Plaza Las Flores	Grupo ACBC	2010	En operación	Comercial Mexicana. Walmart.	Vía José López Portillo 105	Zacuautila	Coacalco de berrizabal	México	Vía José López Portillo 105,Zacuautila,Coacalco de berrizabal,México		
Plaza Insurgentes	Grupo ACCION		En operación	Cinemex, Sears	San Luis Potosí 214	Roma Norte	Cuauhtémoc	Distrito Federal	San Luis Potosí 214,Roma Norte,Cuauhtémoc,Distrito Federal		
Pabellón Altavista	Grupo ACCION	1994	En operación	Sanborns, Cinemex	Camino al Desierto de los Leones 52	San Ángel	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Camino al Desierto de los Leones 52,San Ángel,Álvaro Obregón,Distrito Federal		
Sendero Ecatepec	Grupo Acosta Verde	2008	En operación	Soriana. Cinépolis	Carretera México Tepexpan 8	San isidro Atlauenco	Ecatepec	México	Carretera México Tepexpan 8,San isidro Atlauenco,Ecatepec,México	149	2030
Plaza Sendero Ixtapaluca	Grupo Acosta verde	2005	En operación	Cinépolis. Walmart	Carretera Federal No 1 México Cuautla Km 37	Santa Bárbara	Ixtapaluca	México	Carretera Federal No 1 México Cuautla Km 37,Santa Bárbara,Ixtapaluca,México	138	2561

Sendero Valle de Chalco	Grupo Acosta Verde	2011	En operación	Walmart. Cinépolis	Avenida Ingenieros 370	Agostadero	Valle de Chalco	México	Avenida Ingenieros 370,Agostadero,Valle de Chalco,México	104	11930
Plaza Moliere Dos22	Grupo Bal. El Palacio de Hierro	1999	En operación	El Palacio de Hierro	Moliere 222	Los Morales	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Moliere 222,Los Morales,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	56	1500
Pabellón Bosques	GRUPO CAABSA	1997	En operación	Sanborns, Comercial Mexicana	Prolongación Bosques de Reforma 1803	Lomas Vista Hermosa	Cuajimalpa	Distrito Federal	Prolongación Bosques de Reforma 1803,Lomas Vista Hermosa,Cuajimalpa,Distrito Federal	76	2000
Plaza Lindavista	Grupo CAABSA.	1990	En operación	Sears	Montevideo 363	Lindavista	Gustavo A. Madero	Distrito Federal	Montevideo 363,Lindavista,Gustavo A. Madero,Distrito Federal	140	2603
Centro Comercial Santa Fe	Grupo CAABSA. DESC. Arq. Sordo Madaleno	1993	En operación	El Palacio de Hierro, Sears, Liverpool	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Santa Fé	Cuajimalpa de Morelos	Distrito Federal	Avenida Vasco de Quiroga 3800,Santa Fé,Cuajimalpa de Morelos,Distrito Federal	326	5240
Plaza ciudad Jardín	Carso (Promotora Sanborns). Constructora IDEAL.	2009	En operación	Walmart, Sears	Avenida bordo de Xichiaca 3	Cd Jardin Bicentenario	Nezahualcoyotl	México	Avenida bordo de Xichiaca 3,Cd Jardin Bicentenario,Nezahualcoyotl,México	194	3750
Metrópolis Patriotismo	Grupo empresarial Kaluz. Arquitech	2012	En operación	Cinemex, Sanborns	Avenida Patriotismo 229	San Pedro de los Pinos	Benito Juárez	Distrito Federal	Avenida Patriotismo 229,San Pedro de los Pinos,Benito Juárez,Distrito Federal	71	1200
Multiplaza Aragón	Grupo Frisa	1978	En operación	Walmart. Bodega Aurrerá. Suburbia	Carlos Hank Gonzalez 120	Rinconada de Aragón	Ecatepec	México	Carlos Hank Gonzalez 120,Rinconada de Aragón,Ecatepec,México	320	754
Galerías Atizapán	Grupo Galerías. ADATIZ	2009	En operación	Liverpool. Cinépolis	Avenida Ruiz Cortines 255	Las Margaritas	Atizapán de Zaragoza	México	Avenida Ruiz Cortines 255,Las Margaritas,Atizapán de Zaragoza,México	102	4000
Town Center El Rosario	Grupo GDI	2012	En operación	Walmart. Sam's Club. Suburbia. Cinépolis	Avenida El Rosario 1025	El Rosario	Azcapotzalco	Distrito Federal	Avenida El Rosario 1025,El Rosario,Azcapotzalco,Distrito Federal	112	2700
Plaza San Marcos	Grupo GDI	2005	En operación	Sanborns. Walmart.	Avenida Chalma s/n esquina Autopista México-Querétaro	Jardines de La Hacienda Sur	Cuautitlán Izcalli	México	Avenida Chalma s/n esquina Autopista México-Querétaro,Jardines de La Hacienda Sur,Cuautitlán Izcalli,México	75	
Town Center Nicolás Romero	Grupo GDI	2013	En operación	Walmart, Sam's Club, cinépolis	Baoulevard Arturo Montiel kilómetro 10.7	Ampliación Vista Hermosa	Nicolas Romero	México	Baoulevard Arturo Montiel kilómetro 10.7,Ampliación Vista Hermosa,Nicolas Romero,México	62	1148
Espacio Interlomas	Grupo GDI	2007	En operación	Superama	Calle Cuatro 25	Alce Blanco	Huixquilucan	México	Calle Cuatro 25,Alce Blanco ,Huixquilucan,México	44	560
Espacio Esmeralda	Grupo GDI. Grupo Walmart	2009	En operación	Walmart. Cinemex. Exer Site.	Avenida Jorge Jimenez Cantú S/N	Fraccionamiento Bosques de Esperalda	Atizapán de Zaragoza	México	Avenida Jorge Jimenez Cantú S/N,Fraccionamiento Bosques de Esperalda,Atizapán de Zaragoza,México	33	1800
Centro Comercial Gran Sur	Grupo GDI. Plaza Gran Sur – Grupo Aurrerá	1999	En operación	Liverpool, París Sanborns	Avenida del Iman 151	Pedregal de Carrasco	Coyoacán	Distrito Federal	Avenida del Iman 151,Pedregal de Carrasco,Coyoacán,Distrito Federal	120	
Coacalco Power Center	Grupo GDI.Grupo. Fondo Comercial Mexicano S. de R. L . De C. V.	2007	En operación	Walmart. Cinépolis.	Avenida José López Portillo 2	San Francisco	Coacalco	México	Avenida José López Portillo 2,San Francisco,Coacalco,México	99	1,674
Gran Terraza	Grupo Gigante Inmobiliario.	2010	En operación	Soriana. Cinemark	colina de La Paz 25	Fraccionamiento Bulevares	Naucalpan	México	colina de La Paz 25,Fraccionamiento Bulevares ,Naucalpan,México	98	1819

Miyana	Grupo Gigante Inmobiliario.	2017	En operación - construcción	Cinépolis, Soriana	avenida ejército nacional 769	nueva granada	miguel hidalgo	distrito federal	avenida ejército nacional 769, nueva granada, miguel hidalgo, distrito federal.		6650
Gran Terraza Coapa	Grupo Gigante Inmobiliario.	2018	construcción	cinemex	calzada acoxa 610	villa coapa	tlalpan	distrito federal	calzada acoxa 610, villa coapa, tlalpan, distrito federal		2982
Perinorte	Grupo Gutsa. Galerías. Adconnort	2000	En operación	Fábricas de Francia.	Hacienda Sierra Vieja 2	Fraccionamiento Hacienda del Parque	Cuautitlán Izcalli	México	Hacienda Sierra Vieja 2,Fraccionamiento Hacienda del Parque,Cuautitlán Izcalli,México	210	1633
Zentralia Churubusco	Grupo jomer desarrollador inmobiliario	2011	En operación	Chedrahui	Avenida Río Churubusco 1072	Los Picos VI -B	Iztapalapa	Distrito Federal	Avenida Río Churubusco 1072,Los Picos VI -B,Iztapalapa,Distrito Federal	72	
Zentralia Coacalco	Grupo Jomer, desarrollador Inmobiliario	2006	En operación	Cinépolis. Sears, Sanborns	Vía José López Portillo 145	Santa María Magdalena	Coacalco	México	Vía José López Portillo 145,Santa María Magdalena,Coacalco,México	60	
Premium Outlets Punta Norte	Grupo Sordo Madaleno y Simon Property Group. Premium Outlets	2004	En operación	Palacio Outlet	Hacienda Sierra Vieja lote 2	Fraccionamiento Hacienda del Parque	Cuautitlán Izcalli	México	Hacienda Sierra Vieja lote 2,Fraccionamiento Hacienda del Parque,Cuautitlán Izcalli,México	120	1400
Antara Polanco	Grupo Sordo Madaleno. Grupo GDI	2006	En operación	El Palacio de Hierro	Avenida Ejército Nacional 843-B	Granada	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Avenida Ejército Nacional 843-B,Granada,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	136	3722
Pabellón Ecatepec	Grupo XTRA	2007	En operación	Suburbia	Avenía Vía Morelos	Industrial Cerro Gordo	Ecatepec	México	Avenía Vía Morelos,Industrial Cerro Gordo,Ecatepec,México	60	
Plaza la Joya	Inmobiliaria Piñon	1999	En operación	Lumiere	Carretera Cuautitlán-Melchor Ocampo 29 esquina Libramiento	La Joya	Cuautitlán Izcalli	México	Carretera Cuautitlán-Melchor Ocampo 29 esquina Libramiento,La Joya,Cuautitlán Izcalli,México		
Plaza World Trade Center	Inversión gubernamental	1995	En operación	Sears	Montecito 38	Nápoles	Benito Juárez	Distrito Federal	Montecito 38,Nápoles,Benito Juárez,Distrito Federal	67	
Super Plaza las Haciendas	Kimko Realty Corporation	2006	En operación	Bodega Aurrerá	Avenida Huehuetoca esquina Jiménez Cantú	Ex Hacienda San Miguel	Cuautitlán Izcalli	México	Avenida Huehuetoca esquina Jiménez Cantú,Ex Hacienda San Miguel,Cuautitlán Izcalli,México	80	604
Barranca del Muerto	Mexico Retail Properties	2016	En operación	Walmart, suburbia Cinemex	Avenida Revolución 1267	Los Alpes	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Avenida Revolución 1267,Los Alpes,Álvaro Obregón,Distrito Federal	100	1541
Patio Revolución	Mexico Retail Properties	2013	En operación	Superama, Cinemex	Avenida Revolución 1817	San Ángel	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Avenida Revolución 1817,San Ángel,Álvaro Obregón,Distrito Federal	25	367
(Patio) Santa Fe	Mexico Retail Properties	2013	En operación	Walmart, sam's Club	Avenida Prolongación Paseo de la Reforma 400	Santa Fe Peña Blanca	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Avenida Prolongación Paseo de la Reforma 400,Santa Fe Peña Blanca,Álvaro Obregón,Distrito Federal	113	2737
Portal Centro	Mexico Retail Properties	2014	En operación	Walmart, Sam's Club	Avenida Lorenzo Boturini Esquina Francisco Clavijero	Tránsito	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Avenida Lorenzo Boturini Esquina Francisco Clavijero,Tránsito,Cuauhtémoc,Distrito Federal	45	1158

Patio La Raza	Mexico Retail Properties	2014 – 2015	En operación	Sams Club	Eje 1 Poniente esquina Antonio Valeriano	Vallejo Poniente	Gustavo A. Madero	Distrito Federal	Eje 1 Poniente esquina Antonio Valeriano,Vallejo Poniente,Gustavo A. Madero,Distrito Federal		
Patio Lomas Estrella	Mexico Retail Properties	2013	En operación	Chedraui	Avenida Tlahuac 4409	Lomas Estrella	Iztapalapa	Distrito Federal	Avenida Tlahuac 4409,Lomas Estrella,Iztapalapa,Distrito Federal	19	668
Parque Polanco	Mexico Retail Properties	2008	En Operación	Superama – Sport City	Lago Alberto 320	Granada	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Lago Alberto 320,Granada,Miguel Hidalgo,Distrito Federal	66	524
Patio Tlalpan	Mexico Retail Properties	2014	En operación	Walmart, sam’s Club, Suburbia	Insurgentes Sur 4177	Santa Ursula	Tlalpan	Distrito Federal	Insurgentes Sur 4177,Santa Ursula,Tlalpan,Distrito Federal	80	
Patio Universidad	Mexico Retail Properties	Verano 2013	En operación	Cinépolis - superama	Avenida Universidad 1038	Xoco	Benito Juárez	Distrito Federal	Avenida Universidad 1038,Xoco,Benito Juárez,Distrito Federal	60	1200
Clavería	Mexico Retail Properties	2014	En operación	Cinemex, Sports Word.	Egipto 142	Clavería	Azcapotzalco	México	Egipto 142,Clavería,Azcapotzalco,México	45	358
Patio Chimalhuacán	Mexico Retail Properties	2011	En operación	Bodega Aurrerá. Cinemex	Avenida Del Peñón	Barrio Xochitenco	Chimalhuacán	México	Avenida Del Peñón,Barrio Xochitenco,Chimalhuacán,México	10	250
Patio Cuautitlán	Mexico Retail Properties	2011	En operación	Ealmart, Sportium	Avenida Cuautitlán Izcalli s/n	Predio Rancho de Fuentes	Cuautitlán Izcalli	México	Avenida Cuautitlán Izcalli s/n,Predio Rancho de Fuentes,Cuautitlán Izcalli,México	25	900
Ecatepec	Mexico Retail Properties	2012	En operación	Walmart, Sam’s Club	Avenida Revolución esquina Avenida Constitución	Sergio Méndez Arceo	Ecatepec	México	Avenida Revolución esquina Avenida Constitución,Sergio Méndez Arceo,Ecatepec,México	30	968
Patio Interlomas	Mexico Retail Properties	2012	En ampliación	Walmart	Paseo Interlomas 5	Green House 2da. Fase	Huixquilucan	México	Paseo Interlomas 5,Green House 2da. Fase,Huixquilucan,México	2	854
Patio Ayotla	Mexico Retail Properties	2006	En Operación	Bodega Aurrerá, Suburbia.	Carretera Federal México-Puebla Km 27.5	Ayotla	Ixtapaluca	México	Carretera Federal México-Puebla Km 27.5,Ayotla,Ixtapaluca,México	73	734
Plaza El Cortijo	Mexico Retail Properties	2006	En Operación	Walmart, Sam’s Club. Suburbia.	Carretera Federal México-Cuatla Km 37	Fraccionamiento Hacienda de Santa Bárbara	Ixtapaluca	México	Carretera Federal México-Cuatla Km 37,Fraccionamiento Hacienda de Santa Bárbara,Ixtapaluca,México	139	1943
Patio Xochimilco	Mexico Retail Properties	2017	En construcción	Bodega Aurrerá	Avenida Francisco I. Madero 48	San Luis Tlaxialtemanco	Jorobas	México	Avenida Francisco I. Madero 48,San Luis Tlaxialtemanco,Jorobas,México	11	184
Gran Patio Texcoco	Mexico Retail Properties	2010	En operación	Walmart. Sam’s Club. Suburbia	Rancho El Palmar Camino al Molino de las Flores s/n	Santa Cruz de Arriba	Texcoco	México	Rancho El Palmar Camino al Molino de las Flores s/n,Santa Cruz de Arriba,Texcoco,México	109	1656
Patio Ecatepec	Mexico Retail Properties	2012	En operación	Walmart, Sam’s Club	Avenida Revolución s/n y Avenida Constitución	San Cristobal Centro	Ecatepec	México	Avenida Revolución s/n y Avenida Constitución,San Cristobal Centro,Ecatepec,México	30	968
Plaza Cañada Huehuetoca	Mexico Retail Properties. Consorcio Ara.	2010	En Operación	Walmart, cinépolis	Carretera Jorobas-Tula Manzana 125 lote 01	Santa Teresa III	Huehuetoca	México	Carretera Jorobas-Tula Manzana 125 lote 01,Santa Teresa III,Huehuetoca,México	53	675
Perisur	Puerto de Liverpool inmobiliaria o Galerías. Adcon. ICA	1980	En operación	Liverpool, El Palacio de Hierro	Avenida Insurgentes Sur 4690	Ampliación Pedregal San Ángel	Coyoacán	Distrito Federal	Avenida Insurgentes Sur 4690,Ampliación Pedregal San Ángel,Coyoacán,Distrito Federal	182	6331

Luna Parc	Rafaél Zaga - Gobierno Edo-Mex. (200 inversionistas)	2009	En operación	Sanborns, Sears	Avenida 1º de mayo esquina Avenida Huixquilucan y Avenida Constitución	Centro urbano	Cuautitlán Izcalli	México	Avenida 1º de mayo esquina Avenida Huixquilucan y Avenida Constitución, Centro urbano, Cuautitlán Izcalli, México	113		
Macroplaza Los héroes de Tecamac	Sadasi	2009	En operación	Walmart	Manzana 1 lote 1	Conjunto urbano los héroes de Tecamac	Tecamac	México	Manzana 1 lote 1, Conjunto urbano los héroes de Tecamac, Tecamac, México	189	1215	
Plaza Lilas	Sordo Madaleno	1992	En operación	Sin tienda ancla	Paseo de las Lilas 92	San Francisco	Cuajimalpa	Distrito Federal	Paseo de las Lilas 92, San Francisco, Cuajimalpa, Distrito Federal	57		
Arts Pedregal	sordo madaleno	2017	construcción		anillo Periférico adolfo ruiz cortinez 3720	san jeronimo aculco	Magdalena contreras	distrito federal	anillo Periférico adolfo ruiz cortinez 3720, san jeronimo aculco. magdalena contreras Distrito federal		6600	
Plaza Satélite	Sordo Madaleno. Liverpool México SA de CV. Sears Roebuck SA de CV.	1971	En operación	Sears, Liverpool, Sanborns	Circuito Centro Comercial 2251	Ciudad Satélite	Naucalpan de Juárez	México	Circuito Centro Comercial 2251, Ciudad Satélite, Naucalpan de Juárez, México	252	5700	
Plaza Universidad	Sordo Madaleno. Sears Roebuck	1969	En operación	Sears, Cinépolis, Sanborns	Avenida Universidad 1000	Santa Cruz Atoyac	Benito Juárez	Distrito Federal	Avenida Universidad 1000, Santa Cruz Atoyac, Benito Juárez, Distrito Federal	187	1500	
Copilco	ZKC	2016	en operación	Cinépolis, The Home Depot, Office Depot	eje 10 avenida pedro enriquez ureña 426	pueblo de los reyes	Coyoacán	Distrito federal	eje 10 avenida pedro enriquez ureña 426, pueblo de los reyes, coyoacán, distrito federal.		475	
Centro Comercial San Jerónimo			En operación	Comercial Mexicana. Suburbia.	San Jerónimo 630	La Otra banda	Álvaro Obregón	Distrito Federal	San Jerónimo 630, La Otra banda, Álvaro Obregón, Distrito Federal			
Plaza Inn		1975	En operación		Avenida Insurgentes Sur 1971	Guadalupe Inn	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Avenida Insurgentes Sur 1971, Guadalupe Inn, Álvaro Obregón, Distrito Federal			
Plaza Las Águilas			En operación		Calzada de los Leones 145	Las Águilas	Álvaro Obregón	Distrito Federal	Calzada de los Leones 145, Las Águilas, Álvaro Obregón, Distrito Federal			
Plaza Azcapotzalco			En operación	Cinépolis, Sanborns. Comercial Mexicana	Avenida 527	Ángel Zimbrón	Azcapotzalco	Distrito Federal	Avenida 527, Ángel Zimbrón, Azcapotzalco, Distrito Federal			
Plaza La Rosa			En operación	Lumiere	Londres 127	Juárez	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Londres 127, Juárez, Cuauhtémoc, Distrito Federal			
Torres de Lindavista		2011	En operación	Cinépolis. Walmart. Suburbia	Miguel Otón de Mendizabal 343	Nueva Industrial Vallejo	Gustavo A. Madero	Distrito Federal	Miguel Otón de Mendizabal 343, Nueva Industrial Vallejo, Gustavo A. Madero, Distrito Federal	96		
Plaza Ermita			En operación	Cinépolis	Eje 8 sur 3417	Xalpa	Iztapalapa	Distrito Federal	Eje 8 sur 3417, Xalpa, Iztapalapa, Distrito Federal			
Plaza Oriente			En operación	Cinemark. Suburbia. Walmart	Avenida Canal de Tezontle 1520	Doctor Alfonso ortíz Tirado	Iztapalapa	Distrito Federal	Avenida Canal de Tezontle 1520, Doctor Alfonso ortíz Tirado, Iztapalapa, Distrito Federal			
Plaza Portal Churubusco		2010	En operación	Cinépolis, Suprama	Río Churubusco 583	Sector Popular	Iztapalapa	Distrito Federal	Río Churubusco 583, Sector Popular, Iztapalapa, Distrito Federal	30		

Pericentro					Manuel Ávila Camacho 681	Periodistas	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Manuel Ávila Camacho 681,Periodistas,Miguel Hidalgo,Distrito Federal		
Plaza Comercial Arquimides			En operación	Sin tienda ancla	Arquimides 130	Polanco	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Arquimides 130,Polanco,Miguel Hidalgo,Distrito Federal		
Plaza Sotelo			En operación	Sin tienda ancla	Avenida ingenieros Militares 160	Argentina Poniente	Miguel Hidalgo	Distrito Federal	Avenida ingenieros Militares 160,Argentina Poniente,Miguel Hidalgo,Distrito Federal		
Plaza Pericoapa			En operación	Cinemark	Canal de Miramontes 3155	Vergel Coapa	Tlalpan	Distrito Federal	Canal de Miramontes 3155,Vergel Coapa,Tlalpan,Distrito Federal		
Exhibimex		2003	En operación	Cinemex. Bodega Aurrerá	Calle 10 # 1	San Pedro de los Pinos	Benito Juárez	Distrito Federal	Calle 10 # 1,San Pedro de los Pinos,Benito Juárez,Distrito Federal	57	500
La Piazza					Circuito Interlomas Empresarial Sin número	San Fernando La Herradura	Huixquilucan	México	Circuito Interlomas Empresarial Sin número,San Fernando La Herradura,Huixquilucan,México		
La Cúspide Sky Mall		2007	En operación	Sin tienda ancla	Avenida Lomas Verdes 1200	Lote 21	Naucalpan	México	Avenida Lomas Verdes 1200,Lote 21,Naucalpan,México	32	2337
Plaza Bazar Tultitlan		2010	En operación		Avenida López Portillo y Avenida Niños Héroes	Villas de San José	Tultitlan	México	Avenida López Portillo y Avenida Niños Héroes,Villas de San José,Tultitlan,México		
Patio Juárez		Después del 2000	En operación		Avenida Juárez 38	Centro	Cuauhtémoc	Distrito Federal	Avenida Juárez 38,Centro,Cuauhtémoc,Distrito Federal		
Galerías Ixtapaluca		Después del 2000	En operación	Cineméx, Superisste	Boulevard Cuauhtémoc 3	Centro	Ixtapaluca	México	Boulevard Cuauhtémoc 3,Centro,Ixtapaluca,México	40	
Plaza Tepeyac		1990	En operación		Calzada Guadalupe 431	Guadalupe Tepeyac	Gustavo A. Madero	Distrito Federal	Calzada Guadalupe 431,Guadalupe Tepeyac,Gustavo A. Madero,Distrito Federal	60	1200
Plaza Coacalco			En operación	Comercial Mexicana	Vía José López Portillo 220	San Francisco	Coacalco	México	Vía José López Portillo 220,San Francisco,Coacalco,México	121	