



MOMENTO ECONÓMICO

boletín

En este número de Momento Económico se reflexiona sobre las pensiones en el presupuesto 2018, y se ofrecen posibles soluciones respecto a los problemas que enfrenta este sistema. Además, se incluye un artículo sobre la evolución e importancia de los centros comerciales a nivel internacional y particularmente en México.



Contenido

❖ Eufemia Basilio Morales

Las pensiones en el paquete económico 2018.....3

❖ José Gasca Zamora

Centros comerciales: hitos contemporáneos del
consumo.....10

LAS PENSIONES EN EL PAQUETE ECONÓMICO 2018

Eufemia Basilio Morales¹

De acuerdo con el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación (PPEF) 2018, que el Ejecutivo Federal envió al Congreso dentro del Paquete Económico 2018, los recursos que se destinarán al pago de pensiones y el costo financiero de la deuda representarán el 28% del gasto neto del sector público, con un total de 1 billón 457,179 millones de pesos. Esta cantidad es el porcentaje más alto que se haya registrado en el presente sexenio; en el año 2012, por ejemplo, estos rubros representaban solamente 19% del gasto neto total.

El presupuesto para el pago de pensiones sigue aumentando respecto a los años anteriores. Para 2018 se propone un gasto en pensiones contributivas y no contributivas², de 833,207 millones de pesos que representan 3.6% del PIB. Las pensiones contributivas representan 95.3% (793,734 millones de pesos) del gasto total en pensiones, que son pagadas por tres tipos de entidades: gobierno, entidades de control directo y empresas productivas del Estado; las no contributivas representa el 4.7% (39,472 millones de pesos). Sin embargo, los pensionados contributivos son 5.1 millones, mientras que los beneficiarios de la pensión no contributiva son 5.4 millones. Lo anterior refleja que la distribución de los recursos de las pensiones es inequitativa (CIEP, 2017).

Asimismo, se estima que para 2018 habrá aproximadamente 5.1 millones de personas recibiendo algún tipo de pensión contributiva. Distribuidos de la siguiente forma:

¹ Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM..

² La pensión no contributiva surgió en 2014 como un programa presupuestario denominado Pensión para Adultos Mayores (PAM).

- 49 % se concentrarán en el IMSS
- 26 % en el ISSSTE
- 8 % PEMEX
- 5% CFE
- 12% otros

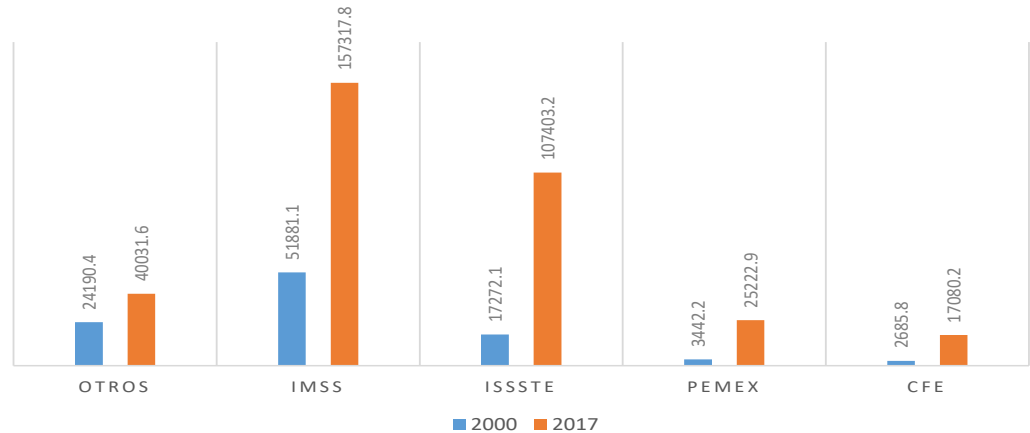
El 80% del gasto en protección social se destinará al pago de pensiones y jubilaciones, sin incluir pensiones no contributivas. El gasto en pensiones contributivas total pasó de representar el 2.7 % del PIB en 2013 a 3.5 % en 2018 (0.8 puntos porcentuales más), mientras que el crecimiento acumulado es 37.3%, en tanto las no contributivas cayeron 24%, privilegiando el pago de pensiones de mayor monto a los deciles más altos de la distribución de ingresos del país, según presenta el PPEF 2018.

Al comparar las cifras del año 2000 respecto a las de 2017, se observa un incremento acelerado en las pensiones en los últimos diecisiete años (véase gráfica 1). En cuanto al costo anual por pensionado, las pensiones más elevadas son las de PEMEX y CFE. Según datos del Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP) el monto de la pensión para adultos mayores es de alrededor de 7 mil pesos al año, mientras que el gasto anual de CFE por pensionado ronda los 760 mil pesos, lo que se traduce en 100 veces más.

La propuesta de presupuesto actual para el Programa de pensión para adultos mayores (PAM) es de 39,472, millones de pesos 3.7% menor al aprobado en el PEF 2017. De 2013 a 2014, el presupuesto del PAM creció 55%, pero a partir de 2015, ha caído acumulando un decrecimiento de 24 %.

Las pensiones en México preservan la desigualdad de la sociedad; en primer lugar, el presupuesto que se destina a las pensiones contributivas es 20 veces más alto que el presupuesto del PAM, pero ambos tipos de pensiones otorgan este derecho casi a la misma cantidad de personas. Lo anterior indica que la pensión entregada por PAM es baja comparada con pensiones que se otorgan a trabajadores del sector público.

Gráfica 1
Pensiones del sector público
Millones de pesos

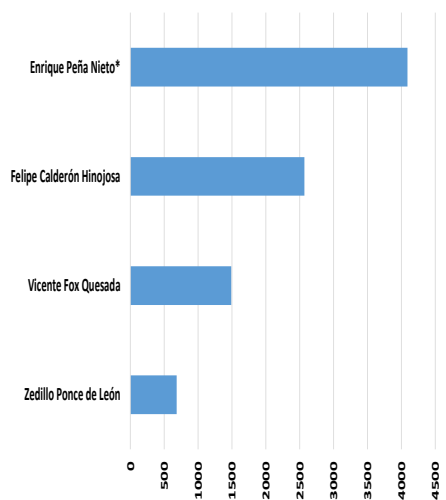


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Gobierno de la República.

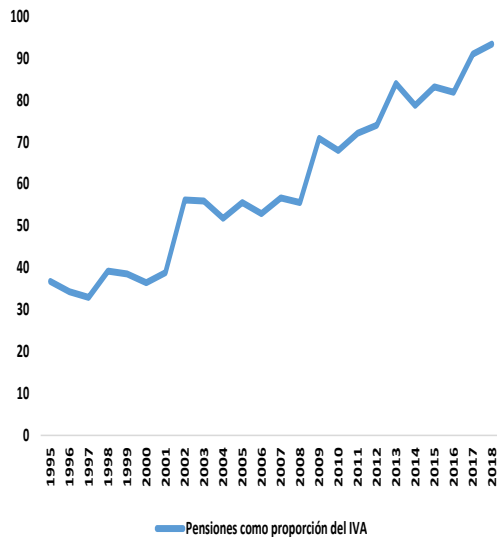
En segundo lugar, los beneficiarios de la pensión para adultos mayores se concentran en los primeros 6 deciles, mientras que las personas que reciben una pensión contributiva están ubicadas entre los deciles 6 y 10. De tal manera que reciben más las personas con mayores ingresos que las que habitan hogares con menores ingresos. Lo cual corresponde a la condición laboral del trabajador, al nivel de remuneración y al tiempo que los individuos han trabajado. Con la propuesta de pensión universal a través del PAM, tal vez se amplíe la cobertura de la población adulta mayor, pero la cantidad que reciben es insuficiente para cubrir las necesidades básicas de los adultos mayores, puesto que son propensos a tener mayores problemas de salud.

Otra situación preocupante, que presiona las finanzas públicas, es que el monto destinado al pago de pensiones ocupa aproximadamente 91% de la recaudación del IVA y en dos años podría rebasarlo. El crecimiento de este rubro ha sido exponencial, representaba 36% de la recaudación del IVA en el período de Ernesto Zedillo, 51.9% en el de Vicente Fox, 66.2% en el sexenio de Felipe Calderón y 85.4% en el periodo de Enrique Peña Nieto (véanse gráficas 2 y 3).

Gráfica 2
Gasto en pensiones por sexenio
Miles de millones de pesos de 2017



Gráfica 3
Pensiones como proporción del IVA
Porcentaje



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la SHCP.

Por lo anterior el gasto en pensiones sigue siendo una carga financiera importante sobre las finanzas públicas, debido entre otras cosas, a que seguirá aumentando hasta 2055 y se extinguirá hasta 2120, de acuerdo a proyecciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), dejando poco espacio fiscal para operar otras políticas públicas como educación y salud, ello tendrá consecuencias en la generación del capital humano de esta y las siguientes generaciones, aunque esto contrasta con el PPEF 2018, que señala que esta erogación disminuirá a mediados de la década de los 2020, aun así sigue siendo un factor limitante para las finanzas públicas.

Lo anterior, también se ve reflejado en la disminución del gasto en otras áreas importantes, por ejemplo, el proyecto de presupuesto 2018 propone una reducción en el gasto destinado a desarrollo económico de 2.1% en 2018 respecto a 2017, lo cual perjudicará al campo, a las comunicaciones, al turismo y a los asuntos de comercio y laborales. También, se observa una disminución en el rubro educación que pasa de 3.30% del PIB en 2017 a 3.10% 2018. Así mismo, el sector salud registra una caída que va de 2.70% del PIB en 2017 a 2.50% en 2018.

Esto refleja que el alto gasto en pensiones ya está afectando los presupuestos de derechos y servicios básicos, como son; salud y educación, infraestructura y procuración de justicia; el hecho de gastar más en pensiones que en estos rubros representa un problema serio. Hoy en día se gasta cerca del 11% del presupuesto federal en pensiones, la OCDE ha calculado que para 2025 se gastará cerca del 15% del presupuesto en jubilaciones, el problema con el sistema de pensiones actual es que, de seguir avanzando a este ritmo, será una bola de nieve, que irá creciendo sin control y será devastador para las finanzas públicas futuras.

Es difícil pensar, en el corto plazo, en contener el gasto en pensiones, porque ya se han hecho modificaciones tanto en el IMSS (1997), como en el ISSTE³ (2007), que no han aminorado la desigualdad, lejos de ello han representado procesos lentos y onerosos para el Estado. El sistema de pensiones podría y debe reestructurarse, pero nos enfrentamos a la problemática de que hay rubros que no se pueden tocar, o compromisos ineludibles que se han asumido con antelación.

La expectativa de vida es un factor que también hay que tener en cuenta, ya que actualmente ésta ya sobrepasa los 70 años, misma que excede el tiempo de cobertura de las pensiones y resulta un factor preocupante para los recursos públicos. Otro de los factores importantes a considerar es la transición demográfica, ya que el número de personas en edad de trabajar por adulto mayor va disminuyendo paulatinamente. En el año 2000, había 11.7 personas en edad de trabajar por cada adulto mayor, para 2015 el indicador se redujo a 9.2 y para 2030 podría llegar a 5.7. Por otro lado, el porcentaje de adultos mayores a 65 años respecto del total de población podría pasar de 5.2% en el año 2000 a 12% en 2030. Según datos del IMSS en 1970 había 2.3 millones de adultos mayores y una tasa de 14 trabajadores por cada pensionado. El crecimiento promedio del número de pensionados contributivos entre 2010 y 2018 es 3.6 %, es decir, cada año, ingresan a

3 A partir del 1 de julio de 1997 en el IMSS y del 1 de abril de 2007 en el ISSTE, se reformó el sistema de pensiones solidario a un sistema de ahorro individual. De esta manera, en la cuenta individual, durante la vida laboral del trabajador, se acumulan los recursos (las cuotas y las aportaciones) que realizan, el patrón, el gobierno y el trabajador. Cada trabajador tiene una cuenta individual, gestionada por una Administradora de Fondos para el Retiro (Afore) de capital privado en la que realiza aportaciones bimestralmente, para acumular recursos con los que, al momento de la jubilación, se financiará su fondo de retiro.

la población pensionada alrededor de 200,000 individuos. Hoy la cifra de adultos mayores se ha multiplicado a 10.2 millones con una tasa de 5 trabajadores por cada pensionado. A esta velocidad los pensionados podrían superar a los trabajadores, algo que sería insostenible para el sistema actual de pensiones, en un futuro próximo al trabajador actual, le tocará pagar las pensiones de sus papás, las suyas, además de las pensiones no contributivas de los que no han cotizado a lo largo de su vida.

Otro grave problema en México es que existen bajas aportaciones, por lo que también habrá una gran desigualdad en los beneficios, ya que mientras los trabajadores bajo el régimen de la ley de 1973 obtendrán pensiones equivalentes al 80% de sus ahorros, los posteriores a 1997 alcanzaran apenas el 30%, resultando inequitativo para las nuevas generaciones.

El costo de no reestructurar los sistemas pensionarios públicos es que se seguirán absorbiendo cada vez más recursos presupuestarios, en detrimento de las demás políticas públicas como se observa en el Paquete Económico 2018.

Entre las posibles soluciones a corto plazo están:

- Para las siguientes generaciones disminuir las pensiones “enormes” que se otorgan a empresas productivas del Estado como PEMEX y CFE para hacerlas equitativas.
- Hacer un sistema de pensiones homogéneo de tal manera que contribuyan en mayor medida los empresarios, o los patrones y el Estado.
- Acotar los privilegios de los sistemas de beneficio definitivo que operan actualmente, mediante una regla que por un lado no violente los derechos laborales de los trabajadores respetando su antigüedad, pero que a su vez fomente el ahorro individual; de tal modo que la pensión sea una contribución en menor proporción del trabajador, y en mayor medida del patrón y del Estado, haciendo así que los recursos se utilicen de forma más eficiente.

Referencias

- Centro de Investigación Económica y Presupuestaria CIEP (2018), Implicaciones del paquete económico, 2018, México.
- _____ (2017), Implicaciones del paquete económico, 2017, México.
- _____ (2017), Pensiones en México. 100 años de desigualdad. <http://ciep.mx/pensiones-en-mexico/>.
- _____ (2016), Implicaciones del paquete económico, 2016, México.
- IMSS (2013), Informe al ejecutivo federal y al congreso de la unión sobre la situación financiera y los riesgos del instituto mexicano del seguro social 2012-2013. Disponible en <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/informes-estadisticas>.
- _____ (2014), Informe al ejecutivo federal y al congreso de la unión sobre la situación financiera y los riesgos del instituto mexicano del seguro social 2013-2014. Disponible en <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/informes-estadisticas>.
- _____ (2015), Informe al ejecutivo federal y al congreso de la unión sobre la situación financiera y los riesgos del instituto mexicano del seguro social 2014-2015. Disponible en <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/informes-estadisticas>.
- _____ (2016), Informe al ejecutivo federal y al congreso de la unión sobre la situación financiera y los riesgos del instituto mexicano del seguro social 2015-2016. Disponible en <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/informes-estadisticas>.
- _____ (2017), Informe al ejecutivo federal y al congreso de la unión sobre la situación financiera y los riesgos del instituto mexicano del seguro social 2016-2017. Disponible en <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/informes-estadisticas>.
- SHCP (2018), Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2018, Tomos I y IV, México.
- _____ (2016c). Estadísticas oportunas de las finanzas públicas, disponibles en www.shcp.gob.mx.

Centros comerciales: hitos contemporáneos del consumo

José Gasca Zamora⁴⁵

Los centros comerciales (CC) son modelos de negocio orientados hacia mercados de gran demanda donde confluye una gran diversidad de empresas minoristas entre las que destacan tiendas departamentales, supermercados y almacenes especializados, que participan como establecimientos ancla; sin embargo, en los años recientes suelen figurar como los destinos preferidos de las cadenas de retailers globales multimarca, salas de cine multiplex y unidades que operan bajo sistemas de franquicia.

En comparación con otras formas atomizadas y relativamente dispersas de comercio minorista, el CC está diseñado como una modalidad de economía de aglomeración, es decir, las firmas aprovechan incentivos y obtienen ventajas al operar por proximidad espacial. Ofrecer productos, servicios y amenidades complementarias en un solo lugar, permite captar mercados potenciales más grandes y estructurar flujos integrados y continuos de consumo.

Inspirados en los grandes almacenes y galerías europeas del siglo XIX, son reconocidos como una invención estadounidense en el comienzo de la segunda mitad del Siglo XX. El primer CC bajo techo apareció en 1956 en Minnesota, Estados Unidos de América (EUA); desde entonces, y por más de medio siglo, este modelo se fue posicionando a diferentes ritmos e intensidades en la trama urbana de un gran número de metrópolis y grandes ciudades alrededor del mundo. La difusión global de los centros comerciales en las últimas décadas ha permitido estructurar un consumo más racional y hedónico en la sociedad urbana contemporánea.

⁴ Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.

⁵ Este trabajo forma parte de los resultados del Proyecto PAPIIT IN302717: "Dinámicas socio-económicas y espaciales de los grandes proyectos inmobiliarios residenciales y de servicios en ciudades de México", bajo el auspicio de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico, UNAM.

De acuerdo a la firma consultora Cushman & Wakefield (2014), a partir del registro de CC para 51 países, en el año 2013 se contabilizaron casi 47 mil unidades, considerando solo los que tenían superficie mayor a 5 mil metros cuadrados. A nivel mundial sumaron 924 millones superficie bruta rentable (GLA, por sus siglas en inglés). EUA mantiene un liderazgo sin igual al integrar el 67% GLA y el 77% de todas las unidades del globo (véase cuadro 1).

Cuadro 1
Centros comerciales por grandes regiones mundiales y países representativos.
Número de unidades y superficie bruta rentable (2013)

Región/país	Unidades		Superficie bruta rentable	
	Número	Porcentaje	Millones de m ²	Porcentaje
América	38,077	81.3	686.8	74.3
Estados Unidos	35,590	76.0	618.3	66.9
Canadá	1,320	2.8	34.2	3.7
Latinoamérica	1,167	2.5	34.3	3.7
Europa	7,178	15.3	153.8	16.6
Asia	1,591	3.4	83.9	9.1
China	621	1.3	53.2	5.8
Otros	970	2.1	30.7	3.3
Total mundial	46,846	100.0	924.5	100.0

Fuente: Cushman & Wakefield (2014).

Con excepción de países como Canadá, y algunos europeos, los CC registran menor presencia en el resto del mundo, aunque se ha corroborado que naciones como China, Rusia y la India presentan en los últimos tres lustros las tendencias de crecimiento más importantes tanto en número de unidades como de superficie de venta, mientras que en Latinoamérica casos como Brasil, México, Chile, Colombia y Perú también denotan un ascenso significativo en la última década en ambos indicadores.

De acuerdo al International Council of Shopping Centers (ICSC, 2015), en el 2014 México ocupó el primer lugar en Latinoamérica con 584 unidades, le sigue Brasil con 511 y después Colombia con 196 y Argentina con 114 (véase cuadro 2). México también cuenta con más superficie rentable, al sumar 16.2 millones de m² y después de Chile, tiene el ratio comercial urbano más alto en este segmento, equivalente a 16.9 m² por cada 100 habitantes.

Cuadro 2
Centros comerciales de países seleccionados
en América Latina, 2014 y estimados al 2025

País	Número de centros comerciales		Superficie rentable (millones de m ²)		Ratio comercial urbano (m ² por cada 100 habitantes)	
	2014	2025	2014	2025	2014	2025
México	584	760	16.9	23.3	16.9	22.0
Brasil	511	700	13.5	22.8	7.8	12.0
Colombia	196	339	4.2	8.3	10.8	18.0
Argentina	114	178	2.1	4.3	5.4	10.0
Chile	79	320	3.5	6.5	22.2	22.0
Perú	71	90	9.2	3.8	9.2	25.0

Fuente: ICSC (2015).

De acuerdo a la tendencia de crecimiento estimada de CC en algunos países de la región latinoamericana, se observa en general una relación directa entre su número respecto a la cantidad absoluta de población urbana en la mayoría de los casos, sin embargo, dado que México supera ligeramente a Brasil en número de CC y Chile a México en términos de ratio comercial, el número de CC por país no se corresponde necesariamente con el tamaño potencial del mercado. En ese sentido, la implantación de CC podría estar más relacionada con la capacidad de adopción y ritmo de difusión del CC como parte del sistema comercial moderno a la par del declive relativo de algunos segmentos del comercio tradicional; sin embargo, la expansión que han registrado sectores socio-residenciales de clase media de las grandes ciudades y metrópolis pareciera ser una condicionante de mayor peso,

especialmente porque desde el lado de la demanda la segmentación del mercado en términos sociales y espaciales tienden a impulsar perfiles específicos de equipamientos de distribución de bienes y servicios que acompañan a los propios contextos residenciales de nivel medio o de mayor estatus social.

A lo largo del tiempo los CC han evolucionado en tamaño, forma y funciones, desde prototipos con diseños monolíticos, cerrados y opciones de establecimientos convencionales hasta una gama de equipamientos más complejos, con morfologías variables de tipo semiabierto, abierto e híbridos, escalando en tamaño en dos sentidos: como megacomplejos verticales con una creciente incorporación de actividades de ocio y entretenimiento y, en el otro extremo, equipamientos de dimensiones reducidas orientados a la oferta de productos y servicios de conveniencia bajo sistemas de proximidad; entre estos dos extremos se encuentra una gama de formatos con tamaños, formas y funciones diferenciadas, lo que ha dado lugar a una tipología en EUA que generalmente ha sido adoptada por diversos países, entre ellos México, aunque existen adaptaciones propias en la región de Asia Pacífico, Europa y aún en contextos nacionales específicos.

De acuerdo al ICSC (2015a) dicha clasificación se rige por categorías de acuerdo a las funciones, tamaños, formas y radio de influencia de los CC, identificando los siguientes casos: Regional Mall corresponde a lugares típicamente cerrados, con grandes superficies que oscilan entre 150 mil a 300 mil metros cuadrados y una oferta variada de establecimientos de productos de moda a través de retailers multimarca, tiendas departamentales y diversas unidades especializadas, con radios de acción entre 8 y hasta 25 kilómetros. Super Regional Mall, similar al anterior aunque de dimensiones mayores, con superficies superiores a los 300 mil m² y radio de acción de 5 a 40 kilómetros. Power Center, unidades articuladas por establecimientos ancla como tiendas departamentales, supermercados, clubes de precios o grandes almacenes especializados y con menor número de tiendas de dimensiones pequeñas, tienen superficies entre 60 mil y 150 mil m², y radios de influencia entre 8 y 16 kilómetros. Community Center, ofrecen productos y servicios de consumo general (productos de conveniencia)

bajo agrupaciones en forma de “U” y espacios descubiertos con áreas de influencia de 5 a 10 kilómetros. Neighborhood Center, similar al anterior aunque de menores dimensiones y con radios de acción de alrededor de 5 kilómetros. Strip Mall, está orientado a productos de conveniencia, con establecimientos pequeños y estacionamiento frontal en forma de “U” o “L”, son de superficies pequeñas y generalmente funcionan como comercios de proximidad con radios de acción máximo de dos kilómetros. Life Sytle Center, equipamientos especializados a través de tiendas exclusivas de marca y productos de mayor lujo dirigidas a consumidores de elite y con rango de influencia entre 12 y 20 kilómetros.

En México, al 2016 se tiene un registro de 724 CC considerando sólo los de 10,000 m² y más (véase cuadro 3). En el 2004 la superficie rentable fue de casi 9 millones de m² y se duplicó después de una década para llegar a 19.4 millones de superficie comercial rentable en el 2014, y para el 2016 llegó a 21.2 millones. De éstos las modalidades de Community Center, Power Center y Lifestyle Center son las que predominan, pues entre éstas integran alrededor del 90% de la superficie rentable.

Cuadro 3
México: número de centros comerciales
por modalidades y superficie rentable, 2014

Categoría	Superficie rentable (m ²)	
	Total	Porcentaje
Regional Mall	424,174	2.0
Lifestyle Center	5,980,849	28.2
Power Center	5,896,015	27.8
Fashion Mall	254,504	1.2
Community Center	7,698,753	36.3
Mix Use	530,217	2.5
Outlet	254,504	1.2
Total	21,208,686	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de CBRE México (2016).

Esta tipología muestra que el CC no es un fenómeno unívoco, sino una modalidad que durante más de medio siglo se ha reinventando a través de innovaciones mercadológicas y readaptaciones de arquitectura, escala y diseño de acuerdo al surgimiento de nuevos nichos de mercado en las áreas urbanas en función de los estilos de vida emergentes. Así, por ejemplo, aunque originalmente los CC surgieron como un sistema para la distribución de bienes y servicios básicos, la generación actual de CC se diseñan como lugares altamente orientados hacia el consumo de ocio y entretenimiento, al ofrecer opciones como cines, áreas de juegos infantiles y videojuegos, en ciertos casos albergan pistas de patinaje sobre hielo, parques temáticos, zonas para exposiciones, foros para eventos culturales y artísticos, así como establecimientos con juegos de apuesta y giros de ocio nocturno, entre otros.

Otra tendencia reciente de los CC es su incorporación en los denominados complejos de usos mixtos (Mix use) donde se superponen funciones residenciales, comerciales y laborales; esta última modalidad está marcando algunas de las tendencias más importantes en la arquitectura y el urbanismo contemporáneo que tiende a recrear tanto los paisajes de la ciudad como resultado de la regeneración y densificación de antiguas nuevas áreas la ciudad, pero a la vez representa una forma para tematizar el espacio urbano a partir de lugares que simulan escaparates donde se integra la oferta de consumo de bienes, el hábitat y el trabajo. En este sentido podríamos estar observando la emergencia de la nueva generación de CC, ahora incrustados en inmuebles híbridos con tendencias hacia la integración de los usos del espacio y su adecuación a los ritmos contemporáneos del consumo en las grandes ciudades.

Desde la perspectiva de distribución espacial, los CC ciertamente han tenido una difusión importante en el territorio nacional, aunque es un fenómeno que se presenta con mayor fuerza en las grandes ciudades y metrópolis. Así, la Zona Metropolitana del Valle de México, donde está la capital y más de 59 municipios conurbados del estado de México (véase cuadro 4), alberga poco más de una cuarta parte de la superficie rentable del país con 6 millones de m² de superficie rentable y 203 CC. Le sigue con un 18% de

la superficie rentable la región centro donde se ubica el mayor sistema de ciudades, y después el Noreste, donde hay ciudades como Monterrey que tienen crecimiento significativo en los últimos años, por su parte la región Suroeste donde se ubica Oaxaca, Chiapas y Guerrero presentan los valores más bajos respecto al total nacional y en conjunto no superan el 5% de la superficie rentable.

Cuadro 4
México: número de centros comerciales
y superficie rentable por región
Establecimientos superiores a 10,000 m² (2016)

Región 1/	Superficie rentable (m ²)	
	Total	Porcentaje
ZMVM	6,053,375	28.5
Centro	3,892,060	18.4
Noreste	3,406,904	16.1
Noroeste	2,109,943	9.9
Oriente	2,298,858	10.8
Sureste	2,606,562	12.3
Suroeste	840,984	4.0
Total	21,208,656	100.0

1/ ZMCM: Ciudad de México y municipios metropolitanos del Estado de México; Centro: Aguascalientes, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala, Zacatecas; Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Tamaulipas; Noroeste: Baja California, Baja California Sur, Sinaloa, Sonora; Occidente: Colima, Jalisco, Michoacán, Nayarit; Sureste: Campeche, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán; Suroeste: Chiapas Guerrero, Oaxaca.

Fuente: Elaboración propia a partir de CBRE México (2016).

La producción de CC implica un complejo proceso que va desde la adquisición de extensas superficies de suelo, al diseño y la gestión de grandes equipamientos y la coordinación de numerosas empresas y usuarios, por lo que representa un segmento donde sólo intervienen firmas con capacidades financieras, empresariales y logísticas. Existen tres actores que desempeñan roles complementarios en este proceso: las empresas inversionistas, que aportan los fondos de capital para la adquisición de suelo y su edificación; luego los desarrolladores inmobiliarios, que comprenden firmas que participan en el diseño, construcción y la promoción de locales para atraer negocios: ambos agentes promueven el CC básicamente como un negocio

inmobiliario; finalmente, en un segundo momento se integran las unidades minoristas, que ofertan productos y servicios.

Debido a lo anterior, el crecimiento reciente de CC forma parte de un nuevo régimen financiero en el direccionamiento de la producción urbana contemporánea en México y otros países latinoamericanos, sistema caracterizado por la participación, coalición y fusión de inversionistas, empresas inmobiliarias y actores financieros globales y nacionales, así como por la diversidad de fondos e instrumentos de inversión manejados por empresas, de los cuales pueden mencionarse pensiones, mutuos, seguros y *hedge funds*. En el caso de México también han proliferado instrumentos bursátiles que son colocados en distintas carteras de proyectos del mercado de bienes raíces; entre ellos, complejos residenciales, hoteles, edificios especializados en servicios médicos, parques industriales, infraestructuras carreteras, centros comerciales.

El mercado de megaproyectos destinados al consumo y comercio ha encontrado en México un campo fecundo para la captación de rentas urbanas. Cushman y Wakefield (2015), empresa encargada de monitorear precios de renta en áreas comerciales a nivel internacional, reportó que los tres CC en la Ciudad de México con mayores rentas por metro cuadrado mensuales son Antara Fashion Hall y Centro Comercial Perisur, con 80 dólares cada uno, seguidos por Centro Comercial Santa Fe, con 75 dólares, valores sólo superados por la calle comercial de lujo Presidente Masaryk en la zona de Polanco y la calle peatonal Madero, ubicada en el centro histórico, que cotizaban cada una alrededor de 90 dólares por metro cuadrado⁶.

La tendencia hacia la captación de las elevadas rentas que generan los CC ha desencadenado en los últimos años una mayor participación y competencia de inversionistas globales por colocar en distintas ciudades de México importantes flujos del capital requerido en este segmento, y otros relacionados con el mercado inmobiliario. Para tener una idea del tamaño de inversiones de empresas globales participantes, se estima que se colocaron aproximadamente 12 mil millones de dólares en los diferentes sectores de

⁶ Cifras correspondientes a septiembre de 2014. Si tomamos un tipo de cambio promedio de ese mismo año de 16,5 pesos por USD, la renta por metro cuadrado de Antara y Perisur equivale a poco más de 1,150 pesos.

bienes raíces entre 1999 y 2010. Cabe destacar que, de estas inversiones, el 80% proviene de EUA y Canadá, el restante de algunos países de Asia y del Medio Oriente (Asociación Mexicana de Capital Privado (Amexcap, 2014).

Las distintas modalidades de financiamiento del sector inmobiliario en la edificación de CC se canalizan a través de diferentes fuentes. Desde finales de la década de los noventa del siglo XX y principios del XXI, se ha identificado esquemas que incluyen Consorcios de Inversión en Bienes Raíces (REIT⁷, por sus siglas en inglés), proveedores de hipotecas y aseguradoras, así como diversas modalidades de fondos de capital privado. Entre estas se encuentran empresas como Kimco, PREI, GE Capital, ING, Hines, Black Creek, O'Connor y LaSalle Investment Management, MetLife y Walton Street (Lizan, 2014). Además de la participación de estas empresas globales, en años más recientes el financiamiento de los CC en México ha tenido un mayor dinamismo debido al surgimiento de varias modalidades de inversión bursátil, como los Certificados de Capital de Desarrollo (CKD) y los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (FIBRAS). Ambos han aportado nuevos recursos para expandir el margen de participación de capitales locales a partir de inversionistas de distinto tamaño.

Los CKD son instrumentos financieros mexicanos colocados por la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), que pertenecen al Mercado de Capital de Desarrollo y sirven como vehículo para el financiamiento de actividades y proyectos de sectores con rendimientos a largo plazo, como infraestructura, minería y comunicaciones, entre otros⁸.

Por su parte los FIBRAS se encargan de arrendar y administrar propiedades generadoras de rentas a través de un portafolio diversificado de bienes inmuebles donde participan desarrollos residenciales, hoteles, centros

⁷ Real Estate Investment Trust son sociedades de inversión propietarias de activos inmobiliarios cuyos ingresos proceden fundamentalmente de los alquileres de los mismos. Este esquema surgió en 1960 en EUA con el objetivo de que las inversiones a gran escala en bienes inmuebles fueran accesibles también a los pequeños inversionistas. La fórmula consistió en equiparar la inversión en productos inmobiliarios a la inversión en cualquier otra industria; es decir, a través de la compra de acciones. Por esta razón, aunque no están obligados, la mayor parte de estos grupos de inversión cotizan en el mercado bursátil.

⁸ Los CKD surgieron en 2009, junto con el cambio en la normatividad de la Comisión Nacional Sistema de Ahorro para el Retiro, debido a la estrategia de ingresar al mercado financiero la gran masa monetaria manejada por las Administradoras de Fondos para el Retiro (Afores) y por la falta de liquidez por parte de las empresas de Desarrollo. De esta manera fungen como una alternativa para los inversionistas mexicanos.

comerciales, complejos de oficinas, hospitales, entre otros. Los FIBRAS están inspirados en los CKD, cotizan en la BMV y son un instrumento abierto que conjuga esquemas heterogéneos donde participan inversionistas individuales, empresas desarrolladoras y operadores inmobiliarios. En México existen siete FIBRAS, entre los cuales se encuentra Fibra Uno y Fibra Macquarie, con un portafolio de propiedades mixtas (oficinas, centros comerciales, terrenos industriales y hoteles); Fibra Hotel y Fibra Inn, especializados en hoteles; Fibra Shop, concentrado en centros comerciales; y Terrafina, orientado a propiedades industriales. Recientemente se creó Fibra Danhos, cuyo antecedente es la empresa desarrolladora homónima, y se encontraba en proceso de incorporación en el mercado bursátil Fibra Sendero, ambos con trayectoria como desarrolladores de centros comerciales.

Las grandes empresas inversionistas internacionales y nacionales generalmente están asociadas a grupos de desarrolladores mexicanos y extranjeros, aunque algunos de estos también participan como arrendatarios, al ser poseedores de acciones compartidas con empresas inversionistas y comerciales, o bien participando en sus propias divisiones de empresas financieras. Por ello, es posible encontrar distintas modalidades de desarrolladores dentro del ámbito de construcción y operación de CC. En México, y particularmente en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, la participación de desarrolladores y operadores en el mercado inmobiliario es diversificada, considerando la cantidad y tamaño de los proyectos donde vienen participando (véase cuadro 5).

Si bien en varios casos los propios desarrolladores participan como inversionistas directos y/o en la administración de fondos bursátiles, algunos inversionistas presentan divisiones integradas por su propia empresa desarrolladora de inmuebles, tal y como se lleva a cabo por el Grupo Carso de Carlos Slim, quien controla uno de los holdings más diversificados en Latinoamérica al coordinar empresas del sector comercial minorista, industrial, energético y de construcción de infraestructura y equipamientos

Cuadro 5

Zona Metropolitana del Valle de México: principales desarrolladores inmobiliarios y empresas financiadoras de centros comerciales

Empresa desarrolladora o financiera	Centros comerciales y año de apertura	
Grupo Frisa	Multiplaza Valle Dorado (1974) Multiplaza Alamedas (1976) Multiplaza Bosques (1977) Multiplaza San Juan (1980) Multiplaza Aragón (1979) Multiplaza Izcalli (1989) Centro Comercial Plaza Jardines (1990)	Multiplaza La Hacienda (1991) Mundo E (1998) Multiplaza Vergel (2000) Magnocentro 26 (2001) Multimart Baz (2001) Multiplaza Arboledas (2006) Multiplaza Ojo de Agua (2009)
PLANI Grupo	Super Plaza Las Haciendas (2009)	Macroplaza Héroes de Tecámac (2009)
ICON Commercial	San Marcos Power Center (2005) Coacalco Power Center (2007)	Espacio Interlomas (2007) Tecámac Power Center (2008) Espacio Esmeralda (2008)
Mexico Retail Properties	El Cortijo Ixtapaluca (2006) Patio Ayotla (2006) Patio El Cortijo (2006) Parques Polanco (2008) Patio Chimalhuacán (2011)	Gran Patio (2011) Patio Santa Fe (2013) Patio Universidad (2013) Patio Clavería (2013) Patio Santa Fe (2013)
Grupo/Fibra Danhos	Parque Duraznos (2000) Parque Alameda (2003) Plaza Magna (2002) Parque Delta (2005)	Parque Lindavista (2006) Reforma 222 (2007) Parque Tezontle (2007) Parque Toreo Central (2015)

Empresa desarrolladora o financiera	Centros comerciales y año de apertura	
E-Group/Fibra Uno	Centro Comercial Interlomas (1991) Vallejo 2000 (1994) Vía Morelos (1997) Plaza Legaria (1997) Las Palomas (1998) Multiplaza Tultitlán (2005)	Centro Comercial Lago de Guadalupe (2008) Plaza Central (2010) Terraza Pedregal (2010) Samara Santa Fe (2011) Pabellón Cuemanco (2013) Pabellón Iztapalapa (2014)
Grupo ACCION	Centro Comercial Insurgentes (1996)	Pabellón Altavista (1996)
GICSA	Paseo Arcos Bosques (2008) Center Plazas (2006) City Walk (2008)	Forum Buenavista (2008) Paseo Interlomas (2009)
Grupo ACBC	Plaza Las Flores (2004)	
Grupo Acosta Verde	Plaza Sendero Ixtapaluca (2005) Plaza Sendero Ecatepec (2008)	Gran Patio Valle de Chalco (2011)
ZKC	Plaza Cafetales (2015) Plaza Picacho Ajusco (2015) Plaza Eduardo Molina (2015)	Plaza Copilco (2016) Plaza Huipulco (2016) Plaza Tenorios (2016)
Inmuebles Carso	Pabellón Polanco (1990) Plaza Loreto (1994) Plaza Insurgentes (1996) Plaza Inbursa Cuicuilco (1997) Plaza Telmex Ciudad Jardín (2008)	Mexipuerto Ciudad Azteca (2009) Cetram El Rosario (2012) Plaza Carso (2014)
Sordo Madaleno	Plaza Universidad ^{/1} (1969) Plaza Satélite ^{/1} (1971) Centro Coyoacán ^{/2} (1982)	Antara Polanco (2006) Centro Comercial Lilas (1992) Moliere Dos22 ^{/2} (1997)

Empresa desarrolladora o financiera	Centros comerciales y año de apertura	
Grupo GDI	Gran Sur (1999) Coacalco Power Center (2007) Espacio Interlomas (2007) Town Center El Rosario (2012)	Espacio Esmeralda (2009) Town Center Zumpango (2010) Town Center Nicolás Romero (2013) Cosmopol (2015)
Grupo CAABSA	Centro Comercial Santa Fe (1986) Plaza Lindavista (1990)	Pabellón Bosques (1999)
Grupo Galerías/ El Puerto de Liverpool	Centro Comercial Perisur (1979) Galerías Coapa (1992) Galerías Insurgentes (1992)	Perinorte (1992) Galerías Atizapan (2009) Galerías Atizapán (2009)
Fibra Shop	Puerta Texcoco ^{/3} (2010) City Center Esmeralda ^{/4} (2010)	Urban Center Condesa ^{/5} (2011)

Notas:

- /1 En coparticipación con Sears Roebuck
- /2 En coparticipación con el Palacio de Hierro
- /3 Desarrollador original Grupo ACBC
- /4 Desarrollador original Higest Interest
- /5 Desarrollador original Central de Arquitectura

Fuente:Elaboración propia a partir de M.S.E medios de comunicación (2015) y páginas web de las empresas desarrolladoras.

comerciales; su propia empresa desarrolladora, denominada Inmuebles Carso, se ha encargado de la edificación y administración de ocho CC en la Ciudad de México. Los CC también funcionan como plataformas de distribución de cadenas locales e internacionales de retailers. Resultado de la globalización de firmas comerciales y de las políticas de liberalización a las inversiones directas que tuvieron lugar desde mediados de los ochenta, arribaron a México diversos corporativos de tiendas departamentales y supermercados. Sin embargo, en las últimas dos décadas el crecimiento y diversificación de los CC en México estuvieron ligados a la llegada de cadenas de retailers globales multimarca, los cuales han orientado las tendencias más importantes en la composición de negocios que operan en los CC.

Las cadenas de tiendas departamentales, una buena parte de los grandes supermercados y la mayoría de retailers globales y nacionales en México, suelen situarse principalmente en CC donde captan sus mayores ingresos.

La globalización de empresas productoras de bienes y servicios se profundizó desde la década de los noventa a partir de los procesos de liberalización comercial y la desregulación de las inversiones foráneas que han registrado numerosos países. En México, diversos corporativos transnacionales y firmas locales se posicionaron como actores clave para coordinar una gran variedad de unidades dedicadas a la distribución de productos y servicios.

Los *retailers* están encargados de la venta de productos de consumo de amplia demanda principalmente para segmentos medios, pero también hacia aquellos que buscan formatos de exclusividad en productos de lujo. En México operan varios grupos de corporativos de tiendas departamentales y de supermercados que se sitúan como negocios centrales dentro de estos grandes equipamientos. El mercado mexicano en este segmento está dominado por un grupo de consorcios entre los que se encuentran Grupo Liverpool que integra 106 establecimientos a nivel nacional, destacando su participación en las tiendas departamentales como El Puerto de Liverpool y Fábricas de Francia; Grupo Palacio cuenta con 53 empresas, sobresaliendo su tienda El Palacio de Hierro; Grupo Sanborns integra 415 unidades, entre ellas Sears, Saks Fifth Avenue, Ishop y Mixup.

Las cadenas de supermercados que suelen ser operarios importantes de CC en México también han registrado un auge importante en los últimos años y se estima que existen en el país alrededor de 5 mil unidades, aunque dominados por tres corporativos: el estadounidense Wal-Mart con 2,302 establecimientos en ocho distintos formatos y tamaños de negocio que incluyen supermercados de distintas dimensiones y tiendas departamentales⁹; y dos nacionales: Organización Soriana con 824 tiendas, que recientemente adquirió las 143 tiendas de Controladora Comercial

⁹ De estas se contabilizan 1,673 Bodegas Aurrera; 251 Walmart supercenter; 159 Sam's Club; 93 Superama; 116 Suburbia y 10 Farmacias Medimart. (para detalles consúltese Wal-Mart México y Centroamérica <http://www.walmartmexicoycam.com.mx>)

Mexicana, y Chedraui con 224 unidades¹⁰. Cabe destacar que tan sólo en la ZMCM en el año 2012 se identificaron 600 supermercados de las tres grandes cadenas en distintos tamaños y formatos (Gasca y Torres, 2014).

Además de las cadenas de tiendas departamentales y supermercados, uno de los hechos que impulsó el crecimiento y diversificación de los CC en México fue la llegada de las grandes cadenas de retailers globales multimarca quienes han orientado las tendencias más importantes de la estructura de firmas que operan en los CC. Entre los más representativos se ubican las españolas Inditex y ALSEA, la primera concentrada en segmentos de ropa y que maneja hasta 12 marcas, entre ellas Zara, Bershka, Pull & Bear, Massimo Duty; y la segunda, con más de 2 mil establecimientos en México, se especializa en los rubros de restaurantes, cafeterías y comida rápida, en este consorcio participan marcas como Starbucks, Domino's Pizza y Burger King. Finalmente, también podemos destacar el Grupo Axo, corporativo estadounidense especializado en ropa y artículos de moda, coordina 18 empresas diferentes, entre las que destacan marcas como Emporio Armani, Tommy Hilfiger, Victoria's Secret y Abercrombie & Fitch.

Las cadenas de tiendas departamentales, una buena parte de los grandes supermercados y la mayoría de retailers globales y nacionales en México suelen situarse principalmente en CC donde realizan los niveles más altos de ventas debido al acceso a amplios segmentos de mercado. Utilizar la plataforma de distribución minorista del CC por parte de estas empresas se basa en tres ventajas: operar bajo economías de aglomeración, localización y de escala.

La participación, de agentes de distinta naturaleza, coordinada a través de CC revela una de las tendencias actuales de las estrategias de integración del capital a partir de los esquemas de asociación entre empresas financieras, inmobiliarias y comerciales: mientras el capital financiero-inmobiliario requiere de empresas minoristas para captar rentas urbanas, el capital

¹⁰La información de las empresas mexicanas y transnacionales se obtuvo de las páginas web de los corporativos correspondientes.

productivo-comercial necesita del centro comercial para garantizar sus rendimientos colocando grandes volúmenes de bienes y servicios en los mercados urbanos.

Referencias

- Amexcap (2014), Fondos Inmobiliarios y de Infraestructura en México. Asociación Mexicana de Capital Privado. En línea: <https://amexcap.com/contenido/resultados-de-la-encuesta-2014-sobre-inversion-de-fondos-inmobiliarios-y-de-infraestructura-en-mexico>
- Cushman & Wakefield (2014), Global Shopping Center Development Report. USANueva York: A Cushman & Wakefield Research Publication.
- CBRE México (2016), Insight Retail 2016. En línea: https://f.tlcollect.com/fr2/017/62669/Mexico_Retail_Insight_2016_Eng.pdf
- Gasca Zamora, José y Felipe Torres (2014), “El control corporativo de la distribución de alimentos en México”. Problemas del Desarrollo, 176 (45).
- International Council of Shopping Centers (ICSC) (2014), Shopping Centers: America’s First and Foremost Marketplace. USA Nueva York: International Council of Shopping Centers, Inc. En línea: <https://www.icsc.org/uploads/research/general/America-Marketplace.pdf>
- _____ (2015). Reporte 2015 de la industria de centros comerciales en América Latina. México: International Council of Shopping Centers, En línea: http://www.icsc.org/latam/uploads/RLA_White_Paper.pdf
- _____ (2015a). U.S. Shopping-Center Classification and Characteristics. En línea: http://www.icsc.org/uploads/research/general/US_CENTER_CLASSIFICATION.pdf
- Lizán, J. (2014), Los centros comerciales y su futuro ‘promisorio’. Obras web/Inmobiliario. En línea: <http://www.obrasweb.mx/inmobiliario/2014/10/09/la-evolucion-de-los-centros-comerciales-y-su-futuro-promisorio>.
- M.S.E. Medios de Comunicación (2015), Directorio de centros comerciales Distrito Federal y Estado de México. Ciudad de México: Plazas Comerciales Passion for Shopping.

Créditos

Directorio

Directora

Verónica Villarespe Reyes

Secretaria académica

Berenice Ramírez López

Secretario técnico

Aristeo Tovías García

Cuerpo editorial

Coordinador

César Armando Salazar López

Edición académica

Mildred Yólatl Espíndola Torres

Diseño editorial

Ma. Victoria Jiménez Sánchez

Comité Editorial

Ericka Judith Arias Guzmán

FES Acatlán-UNAM

Aleida Azamar Alonso

UAM-Xochimilco

Moritz Cruz Blanco

IIEc-UNAM

Plinio Hernández Barriga

UMSNH
