

La muerte del centro comercial

Por: [Alejandro Nadal](#)

Globalización, 14 de junio 2017

[La Jornada](#) 14 June, 2017

Región: [EEUU](#)

Tema: [Economía](#)

En las economías capitalistas desarrolladas la crisis financiera de 2007 tuvo como epicentro el sector inmobiliario y las hipotecas de mala calidad. Los bancos centrales rescataron al sistema bancario privatizando las ganancias y haciendo público el costo de la crisis. Y ahora que lo peor del frente de tormenta pasó, se consolida la percepción de que la borrasca ha sido controlada. Esa es una idea equivocada y peligrosa.

La verdad es que el problema en Estados Unidos se ha desplazado del ámbito residencial a los centros comerciales, los famosos y feos *shopping malls*. Esas enormes construcciones están hoy en el corazón del próximo huracán financiero. Al igual que en 2007, los efectos del mal tiempo se dejarán sentir en la economía global.

Los centros comerciales en Estados Unidos se están muriendo lentamente. Los locales vacíos se multiplican porque las ventas no cubren las altas rentas y los comercios en bancarrota aumentan todos los días. Casi no se habla de este tema, pero lo cierto es que en Estados Unidos crece cada día el número de centros comerciales fantasma, abandonados o con grandes espacios vacantes. Hasta se habla del modelo chino en el que el crédito barato y la especulación inmobiliaria han llevado a construcciones de millones de metros cuadrados que hoy son cascarones vacíos sostenidos por millones de toneladas de concreto, miles de kilómetros de cables eléctricos y tuberías, amén de una colosal huella ecológica.

Si la imagen exitosa del centro comercial se mantiene es sólo porque algunos *malls* subsisten en buenas condiciones. Pero esos centros son la minoría: en Estados Unidos sólo 20 por ciento de los centros comerciales genera más de dos terceras partes de las ganancias de este sector. Esos centros comerciales están localizados en puntos que mantienen alta densidad de población con poder de compra o en centros de concentración turística y económica. Lo cierto es que la crisis en el resto de los centros comerciales es una triste realidad que no va a desaparecer. Se calcula que en los próximos dos o tres años desaparecerán cerca de 800 *shopping malls* (más de la mitad del total) en todo el territorio estadounidense.

Muchos podrían pensar que el principal responsable de la debacle del centro comercial se debe al auge del comercio en línea. Pero lo cierto es que a pesar de su crecimiento, el comercio vía Internet apenas representa 12 por ciento de las ventas totales de las tiendas departamentales que sirven como ancla de los *malls*.

La razón de fondo de la nueva crisis es que la construcción de centros comerciales en las últimas dos décadas ha procedido a un ritmo muy superior al crecimiento del poder de

compra en la mayoría de las ciudades estadounidenses. Mientras la demanda se estancaba se construyeron más de siete millones de metros cuadrados para centros comerciales en los últimos cinco años.

¿Por qué se ha mantenido la inversión en los centros comerciales? La respuesta es inmediata: cálculos de riesgo equivocados y mucha especulación. Éste es un sector en el que los inmuebles sirven de garantía, facilitan la obtención de financiamiento y permiten un mayor apalancamiento. La inversión en centros comerciales estuvo ofreciendo rendimientos estables que prometían superar 6 o 7 por ciento y con una garantía aparentemente tan sólida como el concreto y acero utilizados en su construcción. Eso explica el rápido crecimiento de capacidad instalada que hoy rebasa todas las proyecciones sobre la evolución de la demanda. Por eso las tiendas en los *malls* ofrecen constantes ofertas y descuentos sobre toda la gama de artículos en venta, lo cual comprime los márgenes de ganancia y lleva a la apertura de concursos de quiebra. En consecuencia, los operadores de los centros comerciales enfrentan serias dificultades para enfrentar sus compromisos de deuda. Para los próximos 18 meses se necesita refinanciar unos 130 mil millones de dólares en créditos para el sector de centros comerciales, una operación que no se anuncia fácil.

La gran diferencia de la crisis que se avecina es que los principales acreedores no son los grandes bancos, sino los llamados inversionistas institucionales como los fondos de pensión y las compañías aseguradoras, así como otros agentes financieros –en especial, los fondos de cobertura *hedge funds*– y uniones de crédito. Las implicaciones para el sistema financiero son más graves que las de la crisis de 2007 porque el rescate de las compañías aseguradoras y los fondos de pensión se anuncia casi imposible. Los efectos en cascada sobre los ingresos de jubilados y el desplome de recaudación fiscal (por impuestos prediales) son múltiples y serán difíciles de revertir: vender uno de esos centros es mucho más complicado que el deshacerse de mil casas. A diferencia del cierre de una fábrica y de la pérdida de empleos, el cierre de un centro comercial no puede explicarse con una retórica fácil sobre la globalización o un mal tratado comercial. El crepúsculo de los *shopping malls* se debe a problemas estructurales del capitalismo avanzado.

Alejandro Nadal

Alejandro Nadal: *Profesor e investigador de economía en el Colegio de México (COLMEX).*

La fuente original de este artículo es [La Jornada](#)
Derechos de autor © [Alejandro Nadal](#), [La Jornada](#), 2017

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Alejandro Nadal](#)

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other

forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca