

# Tres décadas del mercado inmobiliario y las urbanizaciones cerradas en la Zona Metropolitana Querétaro 1990-2008, México

Three decades of real-state market and residential complexes at Zona Metropolitana Querétaro 1990-2008, Mexico

**Ricardo Gómez Maturano**

*Doctor en urbanismo, posdoctorante en el Sistema de Estudios de Posgrado e Investigación (SEPI) de la Facultad de Arquitectura (FA), Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM). <http://www.uaem.mx/>*

**Concepción Alvarado Rosas**

*Doctora en geografía; profesora de tiempo completo. Sistema de Estudios de Posgrado e Investigación (SEPI) de la Facultad de Arquitectura (FA), Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM). <http://www.uaem.mx/>  
Proyecto de estancia posdoctoral: marco de interpretación teórica y metodológica para la fragmentación urbana. Casos comparativos de las zonas metropolitanas: Cuernavaca y Querétaro. CONACYT y UAEM Morelos.*

**Aprobado:**

28 de noviembre de 2015

**Recibido:**

15 de marzo de 2016

**DOI:**

<http://dx.doi.org/10.18566/rfts.v32n32.a05>

## Resumen

En las últimas décadas se ha presentado un aumento de las urbanizaciones cerradas. Estas son explicadas por la globalización y neoliberalismo; sin embargo, estas explicaciones son muy generales. Por lo cual, apoyados en una visión heterodoxa de la economía urbana, se busca establecer cómo se relacionan estas con la promoción del mercado inmobiliario. El análisis cuestiona algunos de los principales paradigmas explicativos, pero evidencia el papel de los grupos financieros, la búsqueda de distinción por parte de los demandantes y que la oferta ha impuesto a la demanda un nuevo “mark up” por medio de las “externalidades de vecindad”.

### Palabras clave

Mercado inmobiliario, urbanizaciones cerradas, zona metropolitana.

## Abstrac

In recent decades there has been an increase in gated communities, these are explained by globalization and neoliberalism; however, these explanations are very general. Therefore, supported by a heterodox view of the urban economy is to establish how these relate to the promotion of the real estate market. The analysis challenges some of the major explanatory paradigms; but evidence of the role of financial groups, the pursuit of distinction by the plaintiffs and the offer has tax demands a new “mark up” through the “neighborhood externalities”.

### Keywords

Real-estate market, gated community, metropolitan area.

## Introducción

En las últimas décadas del siglo pasado y hasta nuestros días ha sido más clara la tendencia a cercar los núcleos habitacionales, cuya morfología defensiva es explícita (Méndez, 2003:3). Esto ha tenido como consecuencia la difusión de construcciones de áreas urbanas -de dimensiones cada vez mayores-, las cuales están organizadas, controladas y explotadas bajo el régimen de la economía privada (Janoschka y Glasze, 2003:9).

En este sentido, los investigadores Góes, Sobarzo y Sposito (2008:25) identifican una tendencia a la consolidación de una ciudad privada para algunos y de una ciudad pública para el resto de la sociedad, que supone e impone prácticas de sociabilidad segmentada entre iguales y mecanismos de control de los espacios urbanos. La conceptualización de estos espacios es diversa: “guetos de lujo”, “enclaves fortificados”, “ciudadela”, “ciudades fortificadas”, “ciudades amuralladas”, “gated community”, “barrio cerrado”, “urbanización privada”; sin embargo, la denominación “urbanizaciones cerradas” adoptada por Janoschka y Glasze (2003:10) es la que describe con una mayor amplitud, sencillez y precisión el concepto.

La mayor parte de los estudios que se analizaron sobre las urbanizaciones cerradas las explican en una mayor o menor medida desde los conceptos de globalización y neoliberalismo; sin embargo ¿cómo y de qué forma la globalización y el neoliberalismo transforman el espacio urbano? Esto se debe para algunos autores a que en el contexto del proceso de globalización y las políticas neoliberales existen algunas raíces estructurales claras: se presentó simultáneamente una reestructuración del Estado a favor de la aplicación de políticas neoliberales que privilegiaron la desregulación y la privatización, propiciando una mayor intervención del capital internacional y una reestructuración del capital nacional en favor de las nuevas lógicas económicas, impactando la cantidad, calidad y tipos de trabajo: redefiniendo así la estructura y composición de los estratos sociales (Link, 2008: 28; Janoschka y Glasze, 2003; Borsdorf, 2003; Prévôt, 2001; Kaztman, 2003; y Janoschka, 2002).

Estas transformaciones estructurales se convirtieron en factores de reestructuración urbana simultáneamente: pues se transformó la función del Estado como proveedor de bienes y servicios en la ciudad, como regulador y promotor de la inversión inmobiliaria y de la producción social. También

se modificaron las lógicas de inversión del capital, en el financiamiento, la producción y los mercados suelo y vivienda. Estos procesos modificaron las estrategias residenciales: tanto en su localización urbana como en las formas de habitar (Link, 2008: 28; Janoschka y Glasze, 2003; Borsdorf, 2003; Prévôt, 2001; Kaztman, 2003; y Janoschka, 2002).

Estos cambios, al parecer, han impulsado las urbanizaciones cerradas. Sin embargo, estas explicaciones estructurales son muy generales, por lo cual es necesario acotar la explicación a alguna de las tres variables: Estado, capital o trabajo. En este sentido, en esta investigación asumimos el supuesto de que en el contexto de una economía neoliberal la variable explicativa más importante es el capital. Pero también identificamos que hablar del capital y su relación con la ciudad es ambigua. Por lo cual, para solventar estas deficiencias implementaremos una de las últimas aportaciones teóricas que relacionan el mercado inmobiliario y el orden urbano. La visión heterodoxa de la economía urbana propuesta por el investigador Pedro Abramo (2001 y 2006) en sus textos explica alguno de estos mecanismos, estos son los actores, los emprendedores y los oportunistas; las externalidades, como elemento para las decisiones de localización; y, por último, el papel de las innovaciones en la estructura del mercado.

El investigador Abramo propone la idea que los actores económicos efectúan sus decisiones representando el espacio en cuanto conjunto de externalidades definidas por las localizaciones relativas de los diversos “tipos de familia” que componen el mercado residencial, así la externalidad social se torna “la” variable en que los individuos basan la formulación de sus decisiones residencial (2006, p. 15). Es decir, el autor asume las externalidades como un hecho social, producto de la homogeneidad de unos “tipos de familias” que ocupan el espacio urbano.

Con base en lo anterior, Abramo señala que existen dos tipos de decisiones: están los que deciden como simples “consumidores” de residencia-localización y, en segunda instancia, está la figura del emprendedor “schumpeteriano”. En este sentido, la teoría identifica dos actores principales, los consumidores y los emprendedores, pero esta investigación se enfoca en la ciudad que ofrecen los emprendedores.

Al respecto, para Abramo los emprendedores no serán neutros y podrán dar muestras de un espíritu empresarial de tipo “schumpeteriano”. En

otras palabras, en la búsqueda de ganancias excepcionales van a introducir en el mercado decisiones que este no prevé dentro del objetivo principal de sorprender a los competidores (2006, p. 16-17). En este sentido, la modificación de las formas del hábitat, como son las urbanizaciones cerradas, está en función de la búsqueda de ganancias excepcionales.

La innovación es otro de los conceptos abordados por este investigador respecto de los emprendedores. En particular, Abramo (2006:27-28) señala que la literatura “schumpeteriana” observa que una innovación puede afectar tanto al proceso de producción como al producto. Así, el autor propone la idea que los constructores urbanos que ofrecen bienes residenciales mediante el mercado van a formular sus decisiones de localización o de forma (sobre todo) introduciendo innovaciones de producto, a fin de imponer un “mark up” urbano (2006, p. 29). Al respecto cabría preguntarse ¿cómo la renovación del producto habitacional por parte del mercado inmobiliario está relacionada con el impulso de las urbanizaciones cerradas?

Frente a esta pregunta, es fundamental retomar el análisis de las estrategias de diferenciación que señala Abramo (2006, p. 31-32), basado en la función consumo de Lancaster y la definición de los bienes que él propone. Este autor señala que la propuesta de Lancaster ofrece para comprender la dinámica de las innovaciones (diferenciaciones) de producto (bien residencial) las diferenciaciones verticales, correspondientes a un cambio restringido a las calidades del bien (cambio del número absoluto de las características relativas a cada unidad de ese bien) y las diferenciaciones horizontales que ocurren cuando la especificación cambia (cambio en el ordenamiento de las características del bien).

Al respecto, señala Abramo (2006, p. 32-33) que las diferenciaciones horizontales y verticales serán desarrolladas basándose en la percepción de que los emprendedores tendrán un espacio compuesto de externalidades de vecindad, y del hecho de que esas externalidades corresponden efectivamente a las posiciones relativas que los diferentes “tipos” de familias ocupan en el espacio. Lo que conduce naturalmente a la idea de que la dinámica de la diferenciación de las viviendas puede ser (para los emprendedores) un medio de proponer cambios en el orden espacial.

Al modificar las características de los inmuebles-habitación (diferenciación), los emprendedores “schumpeterianos” estarán prestos a producir (inducir)

cambios en las preferencias de los consumidores, a saber, una depreciación “sociomercantil” de los “stocks” existentes, capaz de reorientar la demanda para una nueva oferta que escapará al efecto de competencia de los “stocks”. El objetivo de la estrategia de la diferenciación es producir un cambio en el marco de las preferencias de las familias, una especie de efecto de moda, gracias al cual, los inmuebles, al envejecer, pierden su capacidad competitiva. En este sentido, la innovación-diferenciación confiere a los emprendedores “schumpeterianos” cierto poder que les permitirá imponer un “mark up” al mercado de la demanda; al liberarlos de la competencia de las producciones del pasado (los stocks), la innovación los deja en la condición virtual de “price makers” (Abramo, 2006, p. 35). En este sentido, para poder comprobar los postulados de estas teorías sería fundamental el análisis del discurso mediante el cual el mercado inmobiliario ha impuesto las urbanizaciones cerradas como un elemento de consumo más.

## Metodología

El objetivo de esta investigación era establecer cómo se relacionan las urbanizaciones cerradas con el mercado inmobiliario a partir del análisis de la promoción de las urbanizaciones cerradas en tres décadas distintas. Así, el trabajo partía de la siguiente hipótesis: en el contexto de la transformación del mercado inmobiliario se han transformado las lógicas de inversión del capital, en el financiamiento, la producción y los mercados suelo y vivienda. Así, los emprendedores “schumpeterianos” han alterado la oferta del mercado inmobiliario, debido a la implementación de innovaciones en el producto imponiendo a la demanda nuevos “mark up”. Esto está impulsando la transformación en el sistema de objetos, materializados en nuevas formas del hábitat como son las urbanizaciones cerradas.

En este contexto, para comprender la forma en que el mercado inmobiliario estaba imponiendo a las urbanizaciones cerradas como el nuevo “mark up” a la demanda, es necesario conocer cómo se convirtieron en un producto de consumo más. Por lo cual, fue fundamental lo señalado por el sociólogo francés Jean Baudrillard: “un análisis del sistema de objetos implica, por último, un análisis del discurso acerca del objeto, del mensaje publicitario” (1973, citado por Wonne, 2002: 131).

La imposición es posible de comprender por medio de la publicidad, ya que esta no es un fenómeno complementario del sistema de los objetos, porque imagen y discurso son, en gran medida, alegóricos, la publicidad constituirá el objeto ideal y revelador de este sistema de objetos. Porque se designa a sí misma como todos los sistemas frecuentemente connotados, es ella la que mejor nos dirá qué es lo que consumimos a través de los objetos (Baudrillard, 1973, citado por Ickx, 2002, p. 131). En este sentido, como propone Ickx Wonne (2002, p. 132), a través de la publicidad se reconstruirá el conjunto de ideas y actitudes acerca de la ciudad, que fueron utilizadas para vender el concepto cerrado, que a su vez los convirtió en el nuevo “mark up” del mercado inmobiliario.

La muestra para el análisis son los anuncios de los condominios ofrecidos en los años de 1990, 2000 y 2008, para poder identificar los conceptos que se repiten y agruparlos en algunas categorías. Estos anuncios fueron recolectados del Diario de Querétaro que está almacenado en la Hemeroteca Nacional en México, localizada en la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México. La selección fue dirigida no solo a los anuncios que aparecían en los clasificados; sino sobre todo a los recuadros que informaban más de los proyectos en particular, donde se especificaba más información, como constructora, tipo de financiamiento, características del proyecto, localización y en algunos casos precios. En este diario se registraron todos los anuncios publicados un domingo de cada mes por cada año de estudio debido a que tiempo de rotación es largo en la oferta inmobiliaria. Esto se realizó hasta el año 2008, en el que la hemeroteca dejó de adquirir este diario.

En este análisis se realizó una clasificación del tipo de urbanización, con base en las características descritas en los anuncios inmobiliarios. Esto fue en función de la denominación “urbanizaciones cerradas” adoptada por Janoschka y Glasze (2003, p. 10), que es la que describe con una mayor amplitud, sencillez y precisión el concepto. Las urbanizaciones cerradas se definen como las áreas residenciales que al menos contienen dos unidades (casas o apartamentos) físicamente separados. Para ser urbanizaciones cerradas hace falta que el área esté separada del espacio accesible al público en general mediante un tipo de barrera física (muros, reja, entrada vigilada, etc.), algún tipo de servicio de uso comunitario o infraestructura y, además, que cuente con una organización vecinal. Puede ser la que la infraestructura incluya, tan sólo un aparcamiento común o una pequeña zona verde. Pero

también pueden darse casos donde existan infraestructuras propias de una ciudad media, con escuela, universidades, centros culturales, complejos de cine, centros comerciales y muchos más.

Por otra parte, la investigación se contrastó con los principales paradigmas para explicar las urbanizaciones cerradas que identificó Rodrigo Hidalgo (2004): (a) el paradigma de la globalización; (b) la creciente criminalidad y seguridad asociada; (c) la imposición de un producto inmobiliario por parte del mercado de la vivienda, postura respaldada por la hipótesis de esta investigación; (d) la búsqueda de distinción por parte de los grupos que acceden a ellos; y (e) la flexibilidad de los instrumentos de planificación territorial. Así, el análisis cuantitativo y cualitativo de los anuncios registrados sirve para contrastar estos paradigmas frente a la hipótesis planteada.

## Resultados

El análisis de los anuncios del año de 1990 debilita dos paradigmas explicativos y apoya uno. Por ejemplo, debilita en primer lugar al paradigma de la globalización donde se señalan que esto es causado a través de la participación de capitales externos, es decir, la parte de la producción. En el caso de Querétaro el análisis de los anuncios muestra que desde 1990 ya existían proyectos que tienen las cualidades de una urbanización cerrada representando el 55 por ciento de los anuncios. Esto quiere decir que antes de que México firmara el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá ya existían urbanizaciones cerradas (ver Tabla No. 1).

**Tabla No. 1.** Anuncios de la oferta inmobiliaria en 1990

Tipo	1990	
	Número	Porcentaje
Abiertas	9	45 %
Cerradas	11	55 %

**Fuente:** elaboración propia con base en estudio de anuncios del periódico Diario de Querétaro



Es interesante que no aparecen en estas fechas grupos inmobiliarios internacionales, son sobre todas empresas locales de la vivienda. Aunque el 40 por ciento de la oferta no especifica la empresa que respalda el proyecto (ver Tabla No. 2).

**Tabla No. 2.** Inmobiliarias presentes en anuncios de oferta inmobiliaria en el año de 1990

Inmobiliaria	Número
AMBER, Inmobiliaria, S.A de C.V.	1
CASTER	1
COMEDI	1
GAORVIU	1
Impulsora y Promotora de Bienes Raíces en Querétaro	2
Inmobiliaria Moruy S.A de C.V.	1
Inmobiliaria Nibec S.A de C.V.	1
No hay dato	8
PROCASA. S.A de C.V.	3
RODMONI. S.A de C.V.	1

**Fuente:** elaboración propia con base al estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

Otro argumento que se debilita es el paradigma de la crisis de criminalidad y seguridad, debido a que en esa época no existía el conflicto de violencia que hoy vive México y aun así más del 50 % de la oferta de estos anuncios era de urbanizaciones cerradas. En este mismo sentido, en los años noventa el discurso de la seguridad solo es principal en un anuncio y en siete aparece de manera secundaria, como parte de los servicios que ofrecen estos espacios.

El análisis apoya el argumento de la búsqueda de distinción por parte de los grupos que acceden a las urbanizaciones cerradas. Esto debido a que frases como “casas residenciales”, “porque usted merece lo mejor”, “residencial”, “exclusivas”, son las que se presentan más en el discurso de los anuncios, sin ser las dominantes. Estos datos también apoyan la hipótesis de la imposición a la demanda por parte de los emprendedores “schumpetarianos”. Sin

embargo, el mecanismo de esta imposición es ofrecer a “tipos” de familia (consumidores) las llamadas “externalidades de vecindad” que describe Abramo (2006). Este argumento parte del supuesto de que estas familias están en “búsqueda de aglomeración” entre las familias del mismo tipo.

El tema del financiamiento está también presente en los anuncios publicitarios. En este sentido, es muy interesante debido a que el 70 por ciento del financiamiento de las viviendas se respaldaba en el año 1990 en los bancos. En el 25 por ciento de los casos contaban con el respaldo del Estado a través del Fondo de Operación y Financiamiento Bancario a la Vivienda (FOVI), dentro de algunos desarrollos estos porcentajes se empalman puesto que recibían el apoyo de las dos fuentes de financiamiento. También existían dos casos de autofinanciamiento y la promotora cumplía el papel de financiadora (ver tabla No. 3).

**Tabla No. 3.** Instituciones de financiamiento en anuncios de oferta inmobiliaria en el año 1990

Tipo de Financiamiento	Institución	Número
Capital bancario	BANAMEX	3
	bancario (no especifica)	1
	BANCOMER	5
	BANCRESER	1
	Banco internacional	1
Estado	FOVI	1
Estado y Capital bancario	FOVI y BANAMEX	2
	FOVI y BANCOMER	1
	FOVI y Promotora	1
Otras	Promotora	1
	Autofinanciamiento	1
	No hay dato	2

**Fuente:** elaboración propia con base al estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

Por último, en los noventas, en los nombres de los desarrollos inmobiliarios se manejan dos discursos, uno muy naturalista con denominaciones como: Lomas Altas, Lomas del Márquez, Loma Dorada, Claustro del Parque, Parques, Los Pájaros, Colinas del Bosque, Residencial Eucalipto, Rinconada Calesa del Río; y otro un tanto de recordar cosas, la historia y el lugar, por ejemplo: Conjunto Alborada, Jacal, Insurgentes, Tejeda, Tecnológico, Quintas del Marqués, Residencial Guadalajara, Rincón de los Alcanfores, Rinconada La Capilla, Terraza San Pablo y Villas de Valle Alameda.

El análisis de los anuncios del 2000 muestra que no se presentó un cambio inmediato con las políticas neoliberales de la década de los noventas y la presencia de las urbanizaciones cerradas, ya que no se incrementó la presencia de estos objetos en los anuncios después de diez años, se mantuvo casi igual con un 56 por ciento (ver Tabla No. 4).

**Tabla No. 4.** Anuncios de la oferta inmobiliaria en el año 2000

Tipo / Totales	2000	
	Número	Porcentaje
Abiertas	8	44 %
Cerradas	10	56 %

**Fuente:** elaboración propia con base al estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

En este mismo sentido, tampoco en el 2000 aparecen grupos inmobiliarios internacionales, sino sobre todo empresas locales de la vivienda. Lo que sí se encontró nuevo fueron los grandes consorcios nacionales Casas GEO y Consorcio ARA. Estos consorcios se caracterizan porque se cotizan dentro de la Bolsa Mexicana de Valores: consorcio ARA desde 1996 y Casas GEO desde 1994 incrustándose en las nuevas dinámicas de la economía mundial. Estos hechos también contradicen el paradigma de la globalización debido a que los desarrollos que impulsaron fueron de carácter mixto, es decir, la intervención del capital internacional y nacional no modificó la manera de producir los espacios habitables. Aunque también existe el limitante en los anuncios, puesto que cerca del 44% no especifica la empresa que respalda el proyecto (ver Tabla No. 5).

Tabla No. 5. Inmobiliarias en anuncios de oferta inmobiliaria en el año 2000

Inmobiliaria	Número
Consortio ARA	1
Casas GEO	1
Inmobiliaria ALFA	1
JESA	1
La Peña	1
CUSCO	1
QROCASA	2
Servicios Profesionales Inmobiliarios.	1
Asesoría Integral Inmobiliaria	1
No hay dato	8

Fuente: elaboración propia con base al estudio de los anuncios del periódico el Diario de Querétaro

En el año 2000 el discurso de la seguridad solo se presenta de manera principal en dos anuncios y en cinco aparece de manera secundaria, como parte de los servicios que ofrecen estos espacios. Es decir, el discurso de la seguridad sí es parte de la promoción de las urbanizaciones cerradas; pero no es el discurso en el cual se basan estas inmobiliarias para posicionar sus productos.

El análisis del financiamiento del año 2000 muestra una dinámica muy distinta de la que se presentó en el año de 1990, donde el 70 por ciento del financiamiento de las viviendas se respaldaba en los bancos. Ahora en los anuncios aparece hasta un desprecio de este esquema de financiamiento: “¡crédito no bancario!, “¡no bancos, no UDIS, no devaluación y no engaños!”, “0% intereses, no UDIS, NO BANCOS”.

En la misma temática, aparece una mayor presencia de los organismos del Estado como el Instituto del Fondo de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) y el FOVI con una presencia en el 50 por ciento de los desarrollos promovidos. Por otra parte, aparecen otros esquemas de financiamiento como son los planes de financiamiento que ofrecen algunos promotores, representando el 22 por ciento de los anuncios (ver Tabla No. 6).

**Tabla No. 6.** Instituciones de financiamiento en anuncios de oferta inmobiliaria en el año del 2000

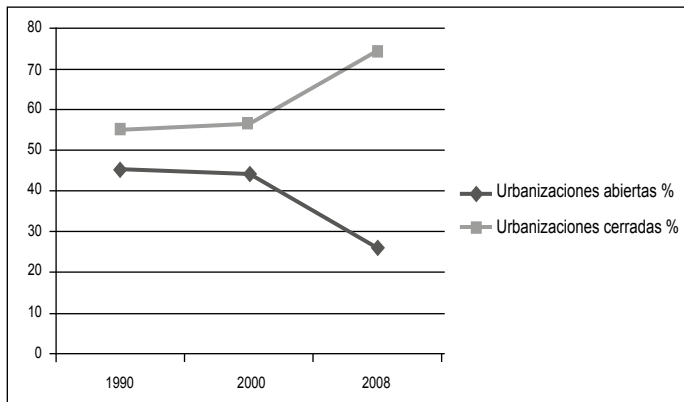
Tipo de Financiamiento	Institución	Número
Estado	INFONAVIT	5
	INFONAVIT y FOVI	3
Estado y promotores	FOVI y planes de crédito	1
Promotores inmobiliarios	Planes de financiamiento	1
Otros	No bancario	3
	No hay dato	5

Fuente: elaboración propia con base en el estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

Por último, los nombres de los desarrollos inmobiliarios tampoco tienen discursos tan claros, presentan nombres de zonas residenciales ya posicionadas Real de Jurica y el desarrollo Provincia Juriquilla; otros seguían utilizando el discurso de la naturaleza: Los Fresnos, La Cordillera, Vistas del Valle; y existían otra gran cantidad de nombres como Cuesta Bonita, La Joya, Don Gregorio, Conjunto Santa Anita, Galindas. Aparecieron también los nombres medievales asociados a las urbanizaciones cerradas como son Villas de Santiago, Villas Jardín, GEO Villas y El Fortín, y también aparecieron denominaciones de sociedades como son el Residencial Club Campestre que ya existía anteriormente.

El análisis de los anuncios del 2008 muestra un punto de inflexión de la presencia de las urbanizaciones cerradas de acuerdo con los datos. La gráfica demuestra que de mantener en 1990 y en 2000 porcentajes entre el 55 y 56 por ciento, para el año 2008 aumentó hasta llegar 74 por ciento de la oferta (ver Gráfica No. 1 y Tabla No. 7).

**Gráfica No. 1.** Crecimiento de los anuncios de urbanizaciones cerradas en los años 1990, 2000 y 2008



Fuente: elaboración propia con base en el estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

**Tabla No. 7.** Crecimiento de los anuncios de urbanizaciones cerradas

Tipo / Totales	1990		2000		2008	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Abiertas	9	45 %	8	44 %	6	26 %
Cerradas	11	55 %	10	56 %	17	74 %

Fuente: elaboración propia en base al estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

Estos datos podrían apoyar la explicación de la globalización, es decir, que los cambios aplicados en la década de los noventa impactaron la ciudad hasta la década del 2000-2008. Sin embargo, esto no se explica por la participación de capitales externos debido a que las inmobiliarias sobre todo son locales, nacionales y solamente una es internacional: Casas GEO (ver tabla No. 8).

**Tabla No. 8.** Inmobiliarias presentes en anuncios de oferta inmobiliaria en el año 2008

Inmobiliaria	Número
ALFA	1
Vivitare	1
Casa Aztecas	1
Casas Nippon	1
GEO	1
GRUPO DYPSA	1
Grupo Vary	1
HERCESA, Ferrocarril Grupo Inmobiliario	1
ICA	1
MANTI	1
QROCASA	1
SAYRO Bienes Raíces	1
ARA	2
Constructora KBR	2
Impulsoraq21	2
No hay dato	5

**Fuente:** elaboración propia con base en el estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro

El discurso de la seguridad en el año 2008 no es principal en ninguno de los anuncios, aparece de manera secundaria en tres; pero como parte de los servicios que ofrecen sus espacios. Sin embargo, en el año del 2008 sí se presentan con mayor intensidad los discursos basados en los servicios que ofrecen estos espacios, algunos brindando un sinnúmero de amenidades y que llegan a explotar con frases como: “El placer de vivir en un paraíso”, “Lo tiene todo”, “coto club” y “lo mejor de la ciudad sin salir de milenio”.

Estos anuncios apoyan la hipótesis de la imposición a la demanda por parte de los emprendedores “schumpetarianos”; aunque en este caso se fundamentan en la implementación de innovaciones en el producto que está imponiendo a la demanda. Esto está impulsando la transformación en el sistema de objetos materializados en nuevas formas del hábitat, caracterizados porque

la vivienda está asociada a espacios deportivos, que no son los que se podrían encontrar en cualquier lugar: alberca, cancha de tenis, campo de golf, etc.; área verdes exclusivas, jardines, playas y área de juegos infantiles; tienen espacios cerrados de convivencia, como casa club, cafetería, baños, vapor, regaderas, jacuzzi, sala de tv, salón de fiestas, salón de usos múltiples, bar, internet gratis, etc.; las instalaciones no son como en la ciudad, estas están ocultas; y por último, el control del espacio: motor lobby, clúster de conjunto, acceso controlado y seguridad las 24 horas.

El análisis del financiamiento del año 2008 tiene una gran limitante debido a que el 65 % de los anuncios no especifican el tipo de financiamiento que reciben, el 24% reciben financiamiento del Estado; sin embargo, aquí hay que aclarar que también interviene el capital bancario. Estas son las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofoles) quienes están facultadas para captar recursos provenientes de la colocación, en el mercado, de instrumentos de deuda inscritos en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios y también pueden obtener financiamiento bancario. En este sentido, se puede concluir que el capital está inmerso ya en el 100 por ciento de la oferta inmobiliaria, mostrando una relación significativa con el aumento desproporcionado de las urbanizaciones cerradas (ver Tabla No. 9).

**Tabla No. 9.** Instituciones de financiamiento en anuncios de oferta inmobiliaria en el año 2008

Tipo de Financiamiento	Institución	Número	Porcentaje
Promotores	Planes de financiamiento	1	4%
Todos	Crédito propio y todos los créditos	1	4%
Otros	No hay dato	15	65%

Fuente: elaboración propia con base en el estudio de los anuncios del periódico Diario de Querétaro



## Conclusiones

Las conclusiones generales sobre el análisis de la producción de la oferta inmobiliaria y su relación con la promoción de las urbanizaciones cerradas son cinco: primero, debilita un poco el paradigma de la globalización donde se señalan que esto es causado a través de la participación de capitales externos en la producción, debido a que los datos muestran la ausencia de grupos inmobiliarios internacionales en los años noventa; en el 2000 los desarrollos que impulsaron por los grupos internacionales fueron de carácter abierto y cerrado. Es decir, la intervención del capital internacional y nacional no modificó la manera de producir los espacios habitables. La producción inmobiliaria muestra que no existe una aparente relación con el paradigma de la globalización donde se señalan que esto es causado a través de la participación de capitales externos.

Segundo, también se debilita el paradigma de la criminalidad ya que en los noventas no existía el conflicto de violencia que se vive en México en la segunda década del siglo XXI. Si bien el discurso de la seguridad sí es parte de la promoción de las urbanizaciones cerradas, no es el discurso dominante en el cual se basan estas inmobiliarias para posicionar sus productos.

Tercero, en cuanto al análisis del financiamiento, se puede concluir que el capital está inmerso ya en el 100 % de la oferta inmobiliaria. Esto puede estar relacionado con el aumento en el año 2008 de las urbanizaciones cerradas. En este sentido, un mayor financiamiento permite acceder a tipologías de vivienda más costosas como las urbanizaciones cerradas, que sin este podrían ser de difícil adquisición para la demanda.

Cuarto, los análisis del discurso de los anuncios muestran que el argumento de la búsqueda de distinción por parte de los grupos que acceden a las urbanizaciones cerradas en los noventas es desplazado en el 2008 por una mayor intensidad en los discursos basados en los servicios que ofrecen estos espacios, algunos brindando un sinnúmero de amenidades y que llegan a explotar con frases como: “El placer de vivir en un paraíso”, “Lo tiene todo”, “coto club”, “lo mejor de la ciudad sin salir de milenio”. El análisis de los discursos apoya la explicación del surgimiento de las urbanizaciones cerradas a la imposición a la demanda por parte de los emprendedores schumpetarianos de nuevos “mark up” que señala Pedro Abramo (2006) al

ofrecer a los consumidores (“tipos” de familia), las llamadas “externalidades de vecindad”, que parte del supuesto de que estas familias están en “búsqueda de aglomeración” entre las familias del mismo tipo. Sin embargo, estas externalidades solamente se pueden lograr por medio de la implementación de innovaciones en el producto, estas con innovaciones de carácter vertical, como es la nueva tipología denominada urbanizaciones cerradas.

Así, este producto considerado vivienda ahora es complementado con otros servicios y amenidades, como: espacios deportivos, que no son los que se podrían encontrar en cualquier deportivo público. Las instalaciones no son como en la ciudad, sino que están ocultas y, por último, el control del espacio. Este proceso inmobiliario está impulsando la transformación en el sistema de objetos, materializados en nuevas formas del hábitat como son las urbanizaciones cerradas.

Estas urbanizaciones cerradas son espacios habitables con una infinidad de satisfactores que antes los ofrecía la ciudad abierta o que nunca los ofreció. Sin embargo, esto está generando otro proceso que es lo que Pedro Abramo (2006) señala como la destrucción creativa del “stock” habitacional, que es la desvalorización del “stock” habitacional anterior que tiene una consecuencia mayor a la señalada por este autor. Esta dinámica inmobiliaria tiene como secuela el detrimento de la ciudad pública, en este sentido, debido a que se retraen las actividades dentro de estos espacios y como consecuencia se deja abandonada la ciudad pública.

La conclusión más innegable que muestran los datos es la persistencia por parte del mercado inmobiliario en la producción de urbanizaciones cerradas, como lo señalaba Rodrigo Hidalgo (2004). El análisis demostró que en la oferta del mercado inmobiliario de 1990, el 2000 y su punto de inflexión en el 2008, este ha impuesto a la demanda un nuevo “mark up” denominado urbanizaciones cerradas.

## Referencias

- Abramo, P. (2001). Mercado e orden urbana. Do caos á teoria da localizacao residencial. Edit. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, Brasil. Pp. 224.
- Abramo, P. (2006). Ciudad Caleidoscópica, Una visión heterodoxa de la economía urbana. España, Edit. Netbiblo, S. L.

- Baudrillard, J. (1973). O sistema dos objetos (El sistema de los objetos). Editora perspectiva, Brasil, Sao Paulo.
- Borsdorf, A. (2003). Cómo modelar el desarrollo y la dinámica de la ciudad latinoamericana. *EURE (Santiago)*. [online], vol.29, no.86 [citado 04 octubre 2008], p.37-49. Disponible en la World Wide Web: <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612003008600002&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612003008600002&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0250-7161.
- Góes, E.; Sposito, B. y Sobarzo, O. (2008). Urbanización difusa, espacio público e inseguridad. *Revista Ciudades, Pensar la ciudad latinoamericana, México, Puebla, Red Nacional de Investigación Urbana (RNIU)*, No. 77, enero-marzo, Págs. 21-27.
- Hidalgo, R. (2004). De los pequeños condominios a la ciudad vallada: las urbanizaciones cerradas y la nueva geografía social en Santiago de Chile (1990-2000). *EURE (Santiago)*. [online], vol.30, no.91 [citado 07 septiembre 2008], p.29-52. Disponible en la World Wide Web: <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612004009100003&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612004009100003&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0250-7161
- Ickx, W. (2002). Los fraccionamientos cerrados en la zona metropolitana de Guadalajara. *Latinoamérica: países abiertos, ciudades cerradas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/ UNESCO, pp. 117-141.
- Janoschka, M. (2002). El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales, EURE Chile, Santiago*, vol.28, No.85, p.11-20.
- Janoschka, M. y Glasze, G. (2003). Urbanizaciones Cerradas: un modelo analítico. *Ciudades, Privatización de la ciudad*. México, Puebla, Red Nacional de Investigación Urbana, No. 59, julio-septiembre. Págs. 3-8.
- Kaztman, R.; Corbo, G.; Filgueira, F.; Furtado, M.; Gelber, D.; Retamoso, A.; Rodriguez, F. (2003). La ciudad fragmentada: mercado, territorio y marginalidad en Montevideo. *Working Paper Series, Uruguay, Montevideo, Center for the Study of Urbanization and Internal Migration in Developing Countries*. Population Research Center. The University of Texas at Austin. No. 2.
- Link, F. (2008). Fragmentación urbana y consecuencias sociales. *Ciudades, pensar la ciudad Latinoamericana*. México, Puebla, Red Nacional de Investigación Urbana, No. 77, enero-marzo. Págs. 28- 37.
- Méndez, E. (2003). El Urbanismo defensivo. *Revista Ciudades, Privatización de la ciudad*, No. 59, Red Nacional de Investigación Urbana, RNIU.No. 59, julio-septiembre 2003. Págs. 37- 43.
- Prévot, M. (2001). Fragmentación espacial y social: conceptos y realidades. *Perfiles latinoamericanos. FLACSO*, año 10, Núm. 19, Págs. 33-56.