

ReCC FIBRAS | 4to Trimestre 2021 Reporte Especial Centros Comerciales.



Para más información o consulta dinámica de los datos de este reporte y anteriores visite nuestra biblioteca en: www.analiticainmobiliaria.com/biblioteca

Reporte sobre el desempeño de los portafolios comerciales más importantes operados por Fibras y empresas inmobiliarias públicas en México durante la Pandemia por COVID-19 y análisis de sus efectos en el sector.

Al cierre del 4to trimestre de 2021, la Pandemia por el virus SARS-CoV-2, COVID 19, lleva afectando la vida y economía en México por aproximadamente 21 meses y aunque a finales del mes de diciembre las tasas de contagio empezaron a aumentar hasta originar, nuevamente, su mayor pico a principios de 2022, este trimestre fue, en total, el más bajo en cuanto a contagios y defunciones por CV-19 desde que inició la pandemia.

La vida se empieza a percibir como "normal" ya que la mayoría de la gente regresó a trabajar en las oficinas, al menos parcialmente y el tráfico en la Ciudad ha vuelto también a su ritmo pre pandemia.

Este efecto se refleja también en la actividad comercial, la afluencia creció, la colocación o re-colocación de espacios empizar a recuperar la vacancia e incluso los cines tuvieron un fin de semana de ventas record, no solo para el período de pandemia, sino en general.

INDICADORES BÁSICOS 4T 2021.

Base: 1T 2019.

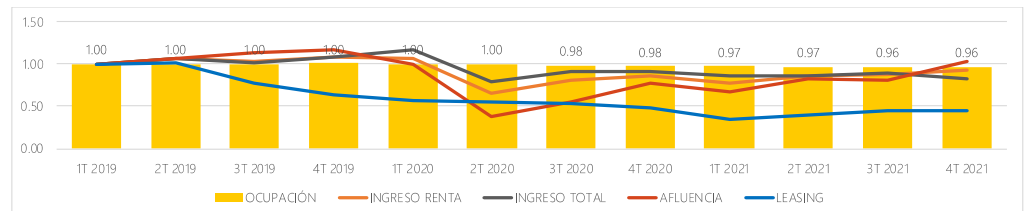
OCUPACIÓN:	-4%
RENTAS:	-7%
INGRESO TOTAL:	-13%
AFLUENCIA:	+2%
LEASING:	-55%

Leasing: se refiere al porcentaje del área bruta rentable comercializada en el periodo tanto en renovaciones como en nuevos contratos en proporción con la base del 1T 2019.

Índices de variación en los principales indicadores en Centros Comerciales.

Base: 1T 2019. Fuente: Reportes Financieros Trimestrales 11 portafolios comerciales.

	1T 2019	2T 2019	3T 2019	4T 2019	1T 2020	2T 2020	3T 2020	4T 2020	1T 2021	2T 2021	3T 2021	4T 2021
OCUPACIÓN	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.98	0.98	0.97	0.97	0.96	0.96
INGRESO RENTA	1.00	1.06	1.02	1.08	1.07	0.65	0.81	0.86	0.77	0.86	0.88	0.93
INGRESO TOTAL	1.00	1.06	1.02	1.08	1.16	0.80	0.91	0.90	0.86	0.85	0.89	0.83
AFLUENCIA	1.00	1.06	1.13	1.17	0.99	0.38	0.55	0.77	0.67	0.83	0.81	1.02
LEASING	1.00	1.01	0.77	0.64	0.57	0.55	0.53	0.48	0.35	0.40	0.45	0.45



Metodología.

10 PORTAFOLIOS COMERCIALES.

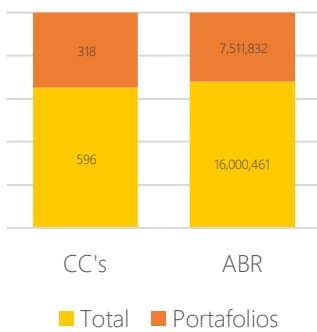
Fibra Danhos,
 Fibra HD+Fibra Plus
 Fibra Macquarie,
 Fibra Plus,
 Fibra Shop,
 Fibra Uno,
 Gicsa,
 Grupo Acosta Verde,
 Liverpool
 Planigrupo.

La información referente a ocupación, afluencia e ingresos por renta y totales se obtuvo de los reportes financieros trimestrales de 10 de las principales empresas administradoras de centros comerciales que publican información suficiente para su comparación y en base a portafolios y activos constantes.

El análisis se elaboró con el objetivo de poder observar la afectación en el segmento específico de los centros comerciales, por lo que no representa el resultado total de ninguna de las empresas de las que tomamos información ni su desempeño financiero. Nos estamos concentrando en indicadores de ingreso, afluencia y ocupación, y no en los gastos o ingreso neto de operación, por lo que no se califica la eficiencia que cada una de las empresas pudieran haber logrado ni de las concesiones otorgadas a los arrendatarios durante la pandemia.

PORTAFOLIOS / TOTAL INVENTARIO.

Muestra



Así mismo los índices y promedio que presentamos corresponden con los portafolios y activos comerciales, sin considerar los activos stand alone o especializados de acuerdo con la información pública disponible.

Se seleccionaron las empresas que operan los portafolios más amplios o específicos y las que publican información desagregada por segmento y de manera similar: Fibra Danhos, Fibra HD y Fibra Plus (estas dos consolidadas pues se unificaron durante este trimestre), Fibra Macquarie, Fibra Shop, Fibra Uno, Gicsa, Grupo Acosta Verde, Planigrupo y Liverpool.

Los portafolios de estas 10 empresas representan un total de **318 activos comerciales** con **7.5 millones de metros cuadrados** de área bruta rentable (ABR), lo que significa el 35% del inventario total, por lo que se consideran como una muestra representativa de todo el Sector en México.

INVENTARIO.

INVENTARIO TOTAL NACIONAL CENTROS COMERCIALES: 907

ABR: 23,512,000 m²
 RATIO: 22m² / 100hab

CRECIMIENTO ANUAL: (10-20) 8%
 CRECIMIENTO 2021: 2%

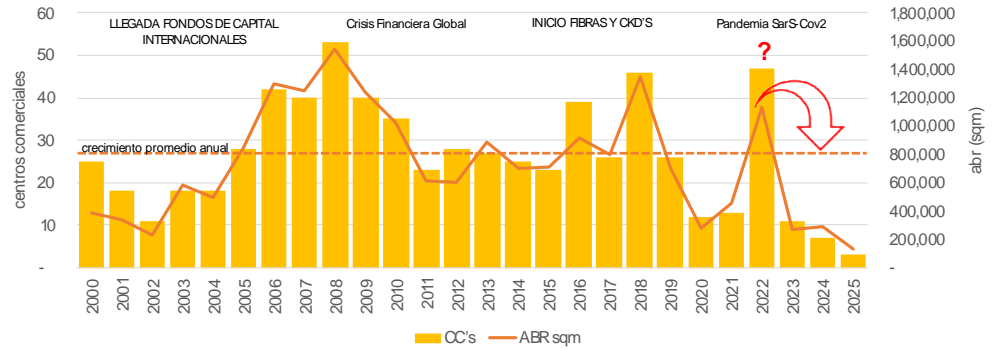
Al cierre de 2021, el **inventario total en México es de 907** centros comerciales anclados por una tienda de autoservicio, cines y/o departamental y con al menos 30 locales. El Área Bruta Rentable (ABR) **acumulaba 23.5 millones** de metros cuadrados con lo que el ratio comercial es de **22 m² por cada 100 habitantes** urbanos.

Este inventario significa un crecimiento de 2% respecto al existente en 2020, un crecimiento 50% menor al crecimiento anual promedio de los últimos 10 años y básicamente igual al del primer año de la pandemia donde vimos detener la construcción de los centros comerciales en proceso y el inicio de nuevos proyectos por lo que el pipeline esperado para 2022 prevee que los centros comerciales que se abran este año sea, en mucho, los que se tenían planeado inaugurar en 2020 y 2021 y muy pocos nuevos en la lista. Así mismo, estimamos que el crecimiento será lento al menos durante 2023 debido al inicio de nuevos proyectos durante los dos años que ha durado la panedemia.

LA PRINCIPAL AFECTACIÓN EN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR PODRÍA VERSE REFLEJADA HACIA EL 2023 DEBIDO AL PIPELINE EN CONSTRUCCIÓN DESDE 2020 Y LA FALTA DE INICIO DE NUEVOS PROYECTOS DURANTE LOS DOS AÑOS DE PANDEMIA.

Crecimiento anual centros comerciales y área rentable.

Fuentes: Elaboración con datos propios.



En 2011 se vio una reducción similar la cual fue resultado de la crisis financiera internacional de 2008. En ese entonces el efecto no se vio de inmediato pues la construcción de los proyectos en marcha continuó, pero se detuvo el inicio de nuevos proyectos, difiriendo el efecto en el crecimiento por dos años. En esta ocasión es muy posible que veamos algo similar, es decir que durante 2021 se inaugure un importante número de centros comerciales, los diferidos de 2020 pero que en 2022 y quizá hasta 2023 haya una reducción en la apertura de nuevas plazas y/o en el área rentable.

DATOS MACROECONÓMICOS.

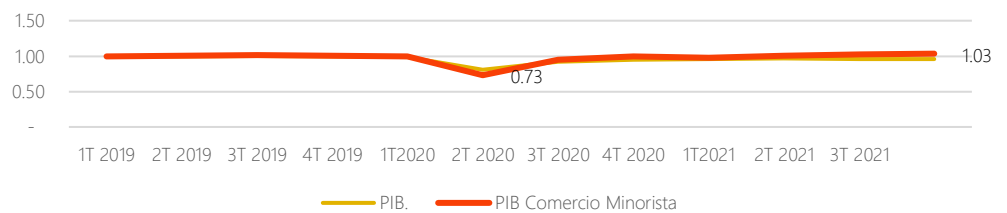
Para más información o consulta dinámica de los datos comparados visite: www.macarquitectos.com/indicadores

En general, se muestra una franca recuperación en la mayoría de los indicadores macroeconómicos y que tienen relación con el sector inmobiliario. El Producto Interno Bruto tuvo una caída del orden de 20% que se han recuperado casi en su totalidad y para el PIB del Comercio minorista, se registra un incremento índice respecto al 1T 2019 de 1.03 siendo el 3er trimestre seguido con crecimiento.

Estado de la Recuperación en los Índices Macroeconómicos.	MIN	4T 2021
PIB.	0.81	0.96
PIB Comercio Minorista	0.73	1.03
participación PIB cm / PIB	0.90	1.07
Venta Antad	0.90	1.73
participación ANTAD / PIB cm	0.89	1.03
Venta Autos Nacional	0.42	0.77
Índice Nacional de Precios al Consumidor	1.00	1.13
Indicador del Consumo Privado de Bienes Nacionales	0.81	0.99
Indicador del Consumo Privado de Bienes de Importación	0.72	1.04
Indicador del Consumo Privado de Servicios	0.77	0.88
Índice de Confianza del Consumidor	0.68	0.96
Población Ocupada	0.98	1.00
Llegada de Turistas	0.09	0.98
Pasajeros vuelos nacionales	0.15	1.13
Pasajeros vuelos internacionales	0.04	0.87
Índice de Precios de Vivienda	1.00	1.21
Colocación de Créditos Hipotecarios CNBV	0.65	1.05
Colocación Créditos Vivienda Nueva	0.95	1.22
Nueva / Total Créditos	1.00	1.29
Venta de Vivienda	0.95	1.85
Visita a Sitios de Comercio Electrónico	0.80	0.80
Genta saliendo de casa	0.37	0.37
Contagios COVID-19	0.00	0.23
Muertes COVID-19	0.00	0.21
Afluencia a Centros Comerciales	0.42	0.90
ABR Ocupada	0.96	0.96
Ingreso por Renta / ABR	0.80	0.95
Asistentes al Cine por Fin de Semana	0.04	0.39
INDICE ECONÓMICO MAC	0.75	1.07

Variación del Producto Interno Bruto. Base 1T 2019.

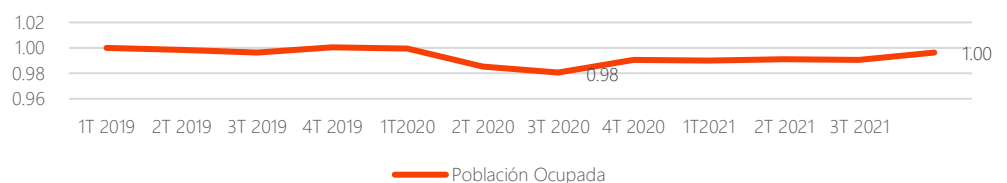
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.



En cuanto al empleo, el porcentaje de población ocupada al 1T de 2019 era de 96.63% y en el punto más bajo de la pandemia fue de 94.75%, una disminución de 200 puntos base que ha logrado recuperarse casi en su totalidad, para significar una tasa de ocupación al 4T de 2021 de 96.29%.

Variación del Índice de Población Ocupada (empleo). Base 1T 2019.

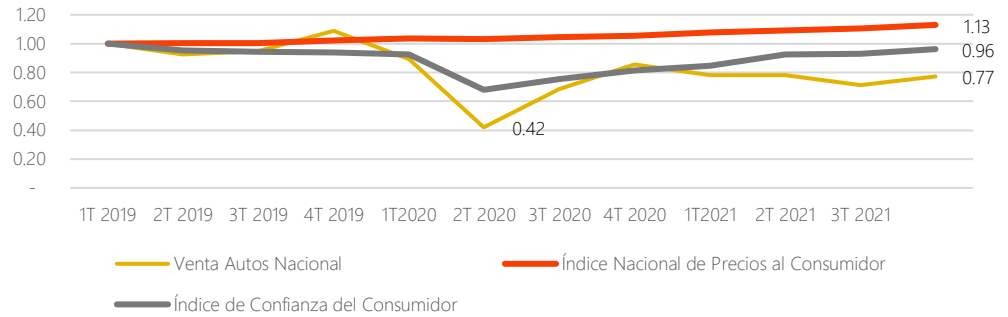
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.



Siguiendo una tendencia similar a la del Índice de Confianza del Consumidor, la venta de autos cayó en su peor momento de la pandemia a un factor de 0.42 siendo este uno de los de menor recuperación, se coloca en 0.77 al 4T de 2021 afectado, muy probablemente, por el incremento de los precios que se refleja en el INPC que a este trimestre es de 1.13 respecto al 1T de 2019 y la crisis mundial en la cadena de suministro.

Variación del Índice de Precios y Confianza del Consumidor y Venta de Autos. Base 1T 2019.

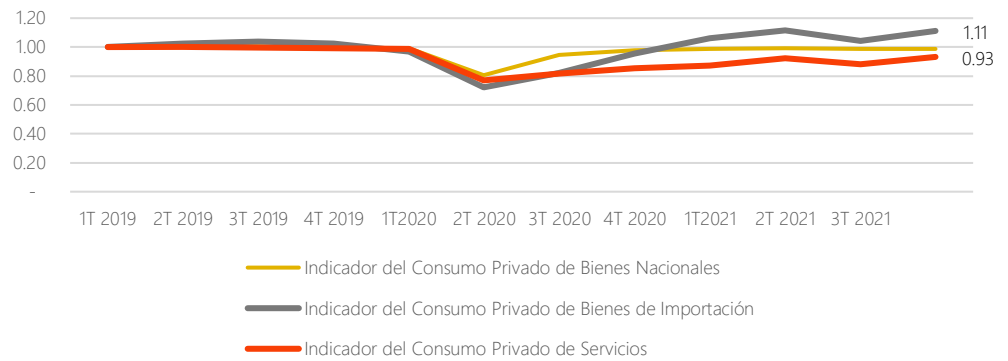
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.



El mismo efecto se observa en el Consumo Privado tanto de Bienes y Servicios nacionales como de los Importados aunque este último es el que presenta una mayor recuperación con un índice actual superior al de 2019.

Variación del Consumo Privado. Base 1T 2019.

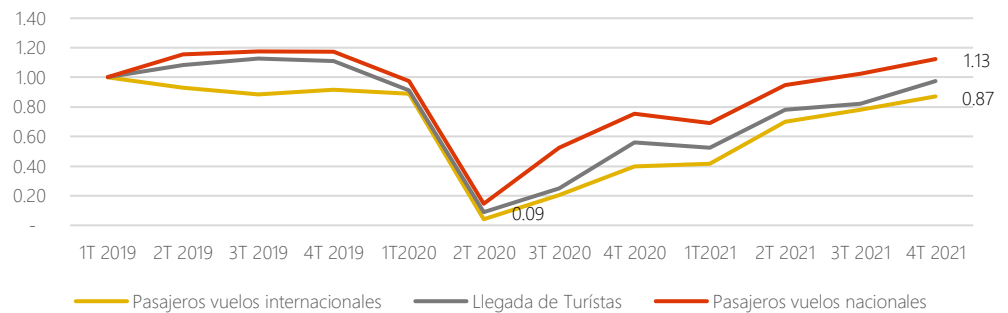
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.



El sector turismo es uno de los más afectados durante la pandemia. Sin embargo se muestra una importante recuperación tanto en la llegada de turistas como en los pasajeros de avión con un crecimiento de 1.13 en vuelos nacionales y 0.87 en los internacionales. La llegada de huéspedes de hotel se ubicó prácticamente en el índice del 1T2019.

Variación en la Llegada de Turistas a Hoteles. Base 1T 2019.

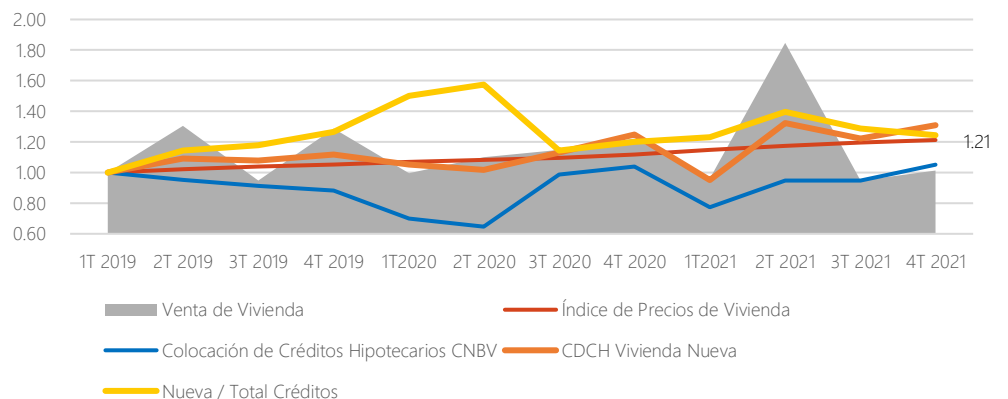
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.



La venta de vivienda mantuvo una tendencia positiva en general. El Índice de Precios de Vivienda incluso mantuvo un crecimiento que al 4T 2021 lo coloca 21% arriba del periodo inicial, sin embargo, la colocación de créditos hipotecarios ha mostrado un importante crecimiento tanto en general como para viviendas nuevas.

Variación en venta de Vivienda. Base 1T 2019.

Fuente: Elaboración propia con datos de SHF.



VENTAS RETAIL.

DESPUÉS DE UNA CAIDA DE 35% EN EL 2T DE 2020, LOS SIGUIENTES TRIMESTRES HAN MOSTRADO CRECIMIENTO EN LAS VENTAS DE LOS AGREMIADOS A ANTAD, FRENTE A LAS VENTAS DE LOS MISMOS PERIODOS DE 2019. CON EXCEPCIÓN DEL 4T 2020, DONDE EL SEGUNDO CIERRE (en temporada navideña) PROVOCÓ UNA LIGERA CAIDA.

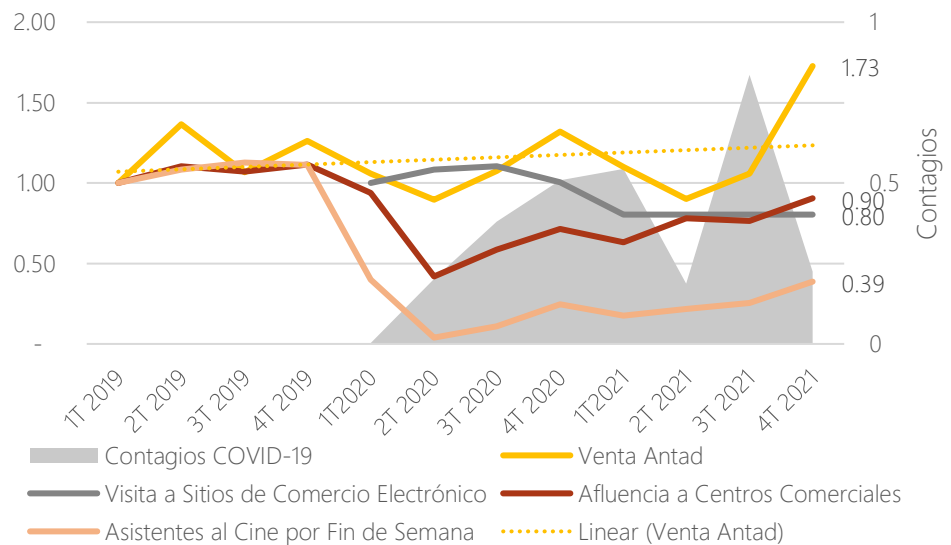
En cuanto a las ventas reportadas por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, ANTAD, el último trimestre de 2021 tuvo un importante crecimiento colocándose en 1.73 versus el 1T de 2019.

En la gráfica siguiente se observa una relación directa entre la variación de las ventas y la afluencia a los centros comerciales, de la misma forma que con la venta de boletos de cine en cuyo caso, esperamos que los próximos periodos se vean muy beneficiados tanto por menor restricción de afluencia como por la salida de importantes películas que deberán de generar importantes taquillas beneficiando al total de los centros comerciales.

EL RESULTADO EN LAS VENTAS TOTALES DE 2021 VS. 2019 FUE DE +15%

Ventas de ANTAD, afluencia a centros comerciales y casos COVID-19.

Fuentes: ANTAD, Gobierno de México, Pogen. Elaboración: propia. Índice Base: enero, 2019.



AFLUENCIA.

El primer cierre ordenado a los establecimientos mercantiles inició en abril y se mantuvo hasta julio de 2020, y aunque en cada estado hubieron restricciones diferentes, en la mayoría se mantuvieron abiertos los giros determinados como "esenciales". Este tipo de servicios y productos son abundantes en centros comerciales de comunidad que representan la mayor parte de la oferta en México, por lo que al menos el **87% de los centros comerciales se mantuvieron abiertos** durante toda la Pandemia.

Aún así, la disminución en la afluencia de personas llegó al 62% para el segundo trimestre del 2020 la cual lentamente ha mostrado recuperación para lograr un 90% de las visitas para el cuarto trimestre de 2021 aunque la "cuarta ola" de contagios registrada al final de este podría generar alguna disminución para el 1T de 2022.

LA MOVILIDAD EN LAS VENTAS La DE ANTAD PARECEN TENER UNA CORRELACIÓN DIRECTA CON LA AFLUENCIA EN CENTROS COMERCIALES.

AUNQUE LAS PRECIOS DE RENTA SE HAN MANTENIDO, LAS CONCESIONES OTORGADAS POR LOS ARRENDADORES Y FALTA DE PAGO HAN PROVOCADO UNA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS POR ARRENDAMIENTO DE 22% DURANTE TODO EL PERIODO DE AFECTACIÓN POR LA PANDEMIA, 2T20-2T21.

RENTAS.

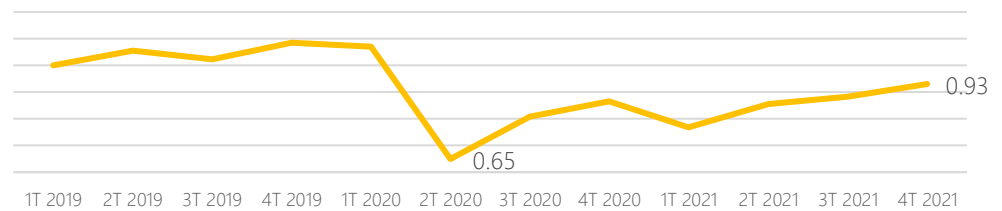
Los precios de renta se han mantenido durante toda la pandemia, incluso, contractualmente se mantienen los incrementos naturales relacionados con la inflación, sin embargo, se han dado importantes concesiones en renta, descuentos, créditos y diferimientos, algunas acordadas entre arrendadores y arrendatarios, y otras, faltas de pago unilaterales. Esta situación, generó una **caída en el ingreso por rentas equivalentes al 22%** de los ingresos que se debieron de haber obtenido por este concepto desde el inicio de la pandemia.

Como ya mencionamos, el primer periodo de 2020 fue todavía un buen trimestre, los ingresos tanto totales como por arrendamiento mostraron un incremento de hasta 16% respecto de los ingresos reportados en el mismo trimestre de 2019, un crecimiento superior a la inflación, los cierres de centros comerciales en la mayoría de los estados iniciaron en abril, por lo que es a partir del segundo trimestre que empezamos a ver los efectos de la pandemia.

Tomando como base el 1T de 2019, la caída en los ingresos por arrendamiento en el segundo trimestre de ese año fue del 36%, a partir de ahí ha mostrado una recuperación con la misma tendencia que la afluencia de visitantes a los centros comerciales indicando una **recuperación del ingreso por arrendamiento al 93%** para el 4T de 2021.

Variación en el ingreso por arrendamiento en portafolios comerciales.

Fuente: Reportes Financieros Trimestrales 10 portafolios comerciales.

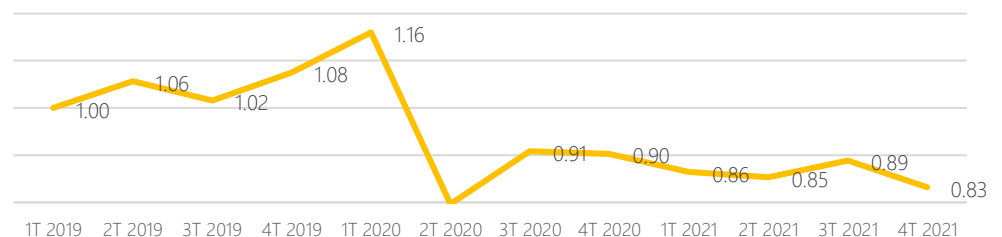


INGRESO TOTAL.

La falta de pago desde luego que también se ha mostrado en los ingresos adicionales como estacionamiento y cuotas de mantenimiento y aunque en los últimos meses se ha podido recuperar parte de los adeudos, así como multas y recargos, el ingreso total refleja una disminución del 10% en total durante la pandemia y es importante observar una disminución constante durante todo 2021 a pesar del incremento en las ventas de la ANTAD y de la afluencia a centros comerciales.

Variación en el ingreso total en portafolios comerciales.

Fuente: Reportes Financieros Trimestrales 10 portafolios comerciales.



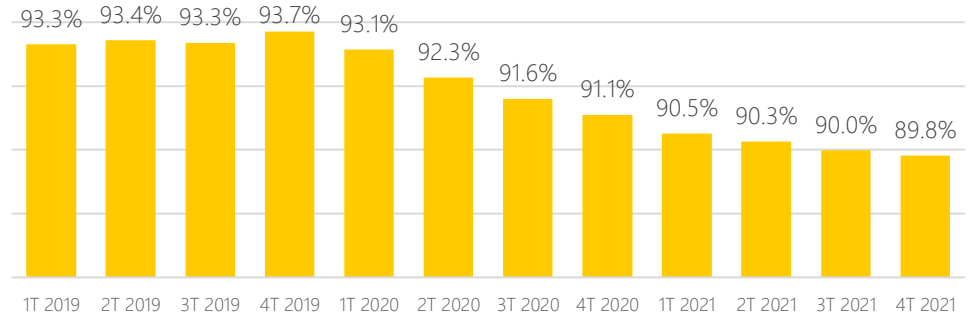
OCUPACIÓN.

LA OCUPACIÓN GENERAL PROMEDIO EN EL 4T 2021 ES DE 89.8%
EL INCREMENTO EN DESOCUPACIÓN ES DEL 3.5%
EN TÉRMINOS DE UNIDADES, CONSIDERANDO UN INVENTARIO TOTAL DE APROXIMADAMENTE 75,300 PUERTAS, LOS ESPACIOS QUE SE HAN DESOCUPADO DURANTE LA PANDEMIA SON DEL ORDEN DE 7,700 UNIDADES.

La primera impresión tras el cierre de los centros comerciales y consecuente pérdida de ventas es que la desocupación debería de aumentar, sin embargo, en los primeros meses, las medidas aplicadas por los administradores de los centros comerciales sirvieron de manera muy positiva en la retención de la mayoría de sus locatarios minimizando el efecto en cierre de puertas. Sin embargo para el cierre de 2021, la ocupación ha ido disminuyendo llegando al punto más bajo con al 89.8% resultado de marcas que no han podido mantener el número de locales así como de malas negociaciones con los administradores de las plazas que han resultado, incluso, en abandono de los locales con mercancía dentro, siendo esto, en gran parte el causante en la baja de los ingresos.

Variación trimestral en la ocupación del área bruta rentable.

Fuente: Reportes Financieros Trimestrales 10 portafolios comerciales.



A principio de 2019, la ocupación general de los centros comerciales era de 93.3%, el cierre del cuarto trimestre de 2021, la ocupación publicada es de 89.8%, una disminución de 350 puntos base, que desde luego ha afectado a algunas propiedades y portafolios más que a otros, dependiendo de la calidad, ubicación y mercado objetivo de cada uno de los centros comerciales por lo que las marcas también han aprovechado de salirse de ubicaciones que no resultaban tan eficientes como otras.

Aunque en total, hubieron 13 aperturas de nuevos centros comerciales, ninguna de estas en los 10 portafolios observados por lo que la desocupación total podría ser un poco más alta, considerando que estas nuevas plazas han abierto con porcentajes de ocupación muy bajos.

En contraste con todo lo dicho en los párrafos anteriores, se se ha observado un crecimiento en la firma de nuevos contratos y renovaciones que de mantenerse podría empezar a revertir la tendencia negativa en la ocupación.

OCUPACIÓN:

2019: 93.7%



2022: 89.8%

GLA TOTAL 2021	100%	23,512,293 m2
DESOCUPACIÓN 1T2019	6.69%	1,516,948 m2
DESOCUPACIÓN 4T2021	10.18%	2,394,052 m2
DIFERENCIA	3.49%	877,103 m2
LOCALES DESOCUPADOS	10.18%	7,668 locales

RESULTADOS POR TIPOLOGÍA.

En cuanto a ocupación, la categoría de centros comerciales¹ que han sido más afectados son los strip centers, muy probablemente por el tipo de locatario, normalmente, menos institucional y más susceptible a los cambios en el entorno económico, pero también a que los propietarios pueden ser menos flexibles o dar menores concesiones, pues el formato que más afectación tuvo en cuanto a ingresos por renta fueron los tipo Regional Mall, mismos que, por el contrario, fueron los menos afectados en cuanto a desocupación.

OCUPACIÓN PROMEDIO	4T. 2021	4T.2020	4T.2019	Var. 3M	Var. 12M	Var. 24M
SC		79.5%	85.2%	0.0%	0.0%	0.0%
NC	87.4%	88.7%	92.2%	95.1%	88.5%	91.4%
CC	91.0%	91.0%	94.9%	95.1%	82.0%	90.3%
RM	90.2%	78.1%	93.5%	98.7%	77.7%	96.3%
SRM	83.0%	94.2%	89.0%	96.5%	19.1%	93.3%
Total general	89.8%	87.0%	93.1%	87.6%	74.1%	83.8%

Independientemente del tipo de centro comercial, se observa que ha habido una mayor afectación en los centros comerciales que están ubicados en zonas de alta concentración de oficinas, orientados a la población laboral, así como a aquellos todavía en proceso de estabilización, los más recientes, y por supuesto que interviene la calidad de la plaza, del locatario – ya que también se aprovechó la pandemia para hacer una “limpieza” – y de la capacidad de negociación de cada uno de los operadores y de las marcas.

INGRESO TOTAL	4T.2021	4T.2020	4T.2019	Var. 3M	Var. 12M	Var. 24M
NC	62,344	104,068	104,604	0.88	0.87	0.74
CC	31,957	46,282	52,921	1.34	0.69	0.60
RM	44,566	47,746	61,446	0.98	0.89	0.69
SRM	92,147	142,227	184,279	1.00	0.65	0.50
Total general	50,977	66,442	79,684	1.00	0.85	0.68

Cifras en millones de pesos.

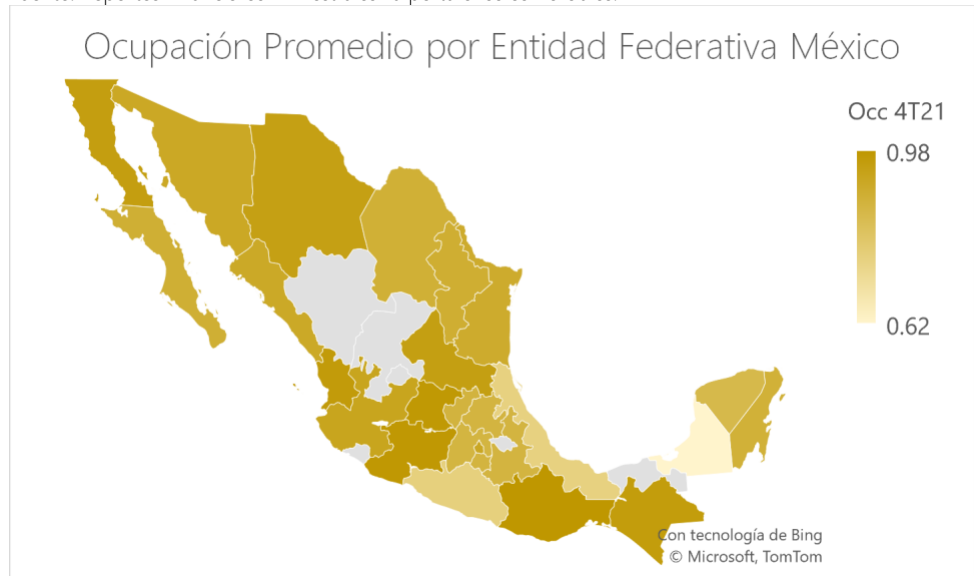
¹ Para más información sobre la clasificación de centros comerciales vea la página:
<https://www.analiticainmobiliaria.com/biblioteca/glosarios-y-definiciones>

RESULTADOS POR ENTIDAD.

Las entidades con mayor desocupación al 4T de 2021 son Campeche y Baja California Sur, en el primero, la ocupación en los últimos 3 meses ha empeorado, mientras que en BCS hubo una pequeña recuperación de espacio.

Variación trimestral en la ocupación del área bruta rentable.

Fuente: Reportes Financieros Trimestrales 10 portafolios comerciales.



■ Entidades sin información disponible de acuerdo con los 10 portafolios analizados.

En cuanto al arrendamiento, en los últimos 24 meses la caída del ingreso por este concepto ha sido del 8%, sin embargo se muestra una mejoría importante en la cobranza tanto en los últimos 3 meses como en el último año.

Etiquetas de fila	VAR.3M	VAR.12M	VAR.24M
BAJA CALIFORNIA	1.11	1.12	1.08
CAMPECHE	1.01	1.02	0.69
CHIHUAHUA	1.09	1.20	0.99
COAHUILA	1.00	1.00	0.91
DISTRITO FEDERAL	1.02	1.06	0.80
GUERRERO	0.94	1.08	0.87
HIDALGO	0.91	0.92	0.92
JALISCO	1.03	1.05	1.04
MÉXICO	1.01	1.16	0.90
MICHOACÁN	1.04	1.07	1.02
MORELOS	0.86	0.84	0.64
NAYARIT	1.09	1.26	1.10
NUEVO LEÓN	1.22	1.16	0.93
OAXACA	1.08	1.14	1.04
PUEBLA	1.02	1.00	0.86
QUERÉTARO	0.93	0.92	0.70
QUINTANA ROO	1.09	1.05	1.11
SAN LUIS POTOSÍ	1.05	1.18	0.98
SINALOA	1.42	6.60	0.91
SONORA	1.59	1.78	1.45
TAMAULIPAS	1.05	1.09	0.99
VERACRUZ	0.39	0.26	0.19
YUCATÁN	0.76	0.64	0.50
Total general	1.07	1.39	0.92

RECUPERACIÓN DEL SECTOR.

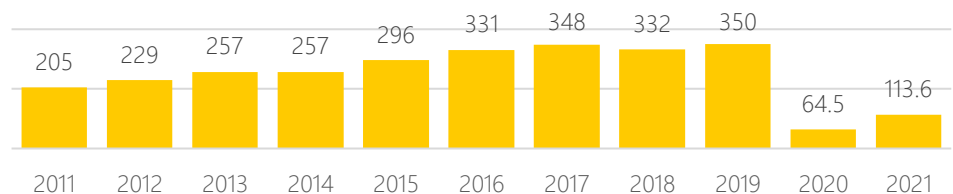
Si bien el tercer trimestre de 2021 mostró una reducción importante en los Casos y descensos de COVID-19, que se produjeron por la “tercera ola” que aconteció después de las vacaciones de verano y aunque para el mes de diciembre se empezó a ver un nuevo incremento, durante la mayor parte del cuarto trimestre tuvo una importante mejoría en la visita a centros comerciales y sobre todo en las ventas.

Como resultado de esta apertura vemos una recuperación importante en la mayoría de los indicadores macroeconómicos y de consumo, que en promedio general nos da un índice de 1.07 aunque no podríamos hablar de una recuperación mientras haya todavía valores por debajo del índice del 1T de 2019 como la venta de boletos de cine que todavía se encuentran el 40%, la ocupación de locales que se mantiene a la baja o los ingresos que no han logrado recuperar el nivel anterior. Todo esto a pesar de que los valores macroeconómicos como el PIB, las ventas de ANTAD, el empleo y la propia confianza del consumidor no solo se han recuperado sino incrementado. Esto nos habla de un entorno de incertidumbre entre los comerciantes quienes están manejando sus programas de expansión con mucha cautela y aprovechando el incremento de la disponibilidad para escoger muy bien sus nuevas ubicaciones.

Otro factor positivo es la reapertura de las salas de cine, y no solo la reapertura sino el estreno de importantes títulos como “Spiderman”, los cuales ya en un momento de menor riesgo de contagio podrían traer de regreso a un alto número de espectadores, devolviendo también el factor de entretenimiento al centro comercial y su consecuente resultado en los ingresos por arrendamiento.

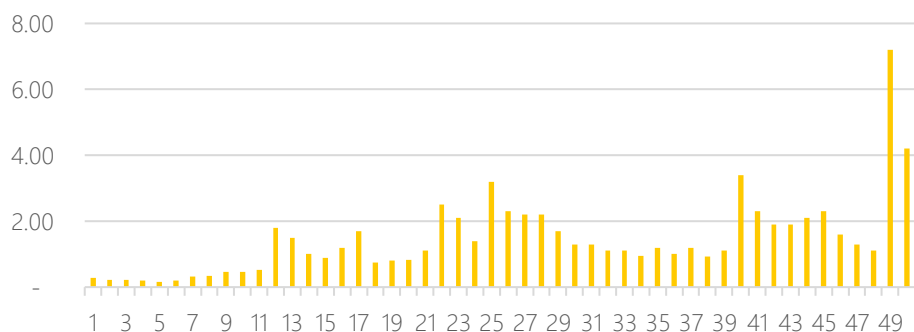
Venta de Boletos de Cine por año.

Fuente: CANACINE.



Venta de Boletos de Cine por fin de semana 2021.

Fuente: CANACINE.



Esperamos también que, el crecimiento sostenido en las ventas de los comerciantes, modifiquen sus planes de crecimiento y continúe la tendencia para recolocar muchos de los espacios desocupados recientemente.

Para más información o comentarios:

Mac Arquitectos Consultores, SA de CV.

Av. Lomas de Sotelo 1112-2, Col. Loma Hermosa, Miguel Hidalgo, CDMX, 11200

+52 55 5580 3958

contacto@macarquitectos.com.mx

www.macarquitectos.com.mx

www.analiticainmobiliaria.com

