

# Centros Comerciales en México: Indicadores

*Shopping Centers in Mexico: Indicators*

**EN 2014 SE LOGRÓ LA APERTURA A 23 NUEVOS CENTROS COMERCIALES<sup>1</sup>. AL CIERRE DEL AÑO, EL INVENTARIO TOTAL EN MÉXICO ALCANZÓ 669 CENTROS COMERCIALES CON 16.9 MILLONES DE METROS CUADRADOS DE GLA, MÁS UNOS 4,900 PEQUEÑOS CENTROS COMERCIALES DE CONVENIENCIA O *STRIP CENTERS*.**



El crecimiento histórico en México muestra que durante los últimos 10 años se ha registrado un desarrollo anual promedio de alrededor de 1'000,000 m<sup>2</sup> y 38 nuevos centros comerciales a nivel nacional (Tabla 1). Sin embargo, a partir de la crisis inmobiliaria de 2011 se ha observado una reducción muy importante en el desarrollo de nuevos espacios que no ha repuntado.

A pesar de ello, en 2014 hemos empezado a ver concretarse muchos de los proyectos que habían venido planeándose desde los años siguientes a las crisis económica e inmobiliaria, al lograrse la apertura a 23 nuevos centros comerciales<sup>2</sup>, muchos de los cuales se encontraban en proyecto desde hace varios años. En suma, estos nuevos desarrollos conforman 627,000 m<sup>2</sup> de GLA<sup>3</sup>; es decir, se generó un incremento del 3.9% respecto a la superficie instalada en 2013. Este registro fue menor al 5.7% del periodo 2012-2013, aunque se espera una importante recuperación del sector para este año. Por lo tanto, al cierre del año 2014 el inventario total en las 82 principales ciudades de México alcanzó 669 centros comerciales con 16.9 millones de metros cuadrados de GLA, a los que se debemos agregar unos 4,900 pequeños centros comerciales de conveniencia o Strip Centers que se estima existen en todo el país (Tabla 2).

Las aperturas más importantes por su tamaño en 2014 fueron: "Parque Central Toreo" de Grupo Danhos, en Naucalpan, Estado de México, con una superficie rentable de aproximadamente 78,000 m<sup>2</sup> de GLA, y dos nuevos centros comerciales de Liverpool, "Galerías Serdán" en Puebla, y "Galerías Toluca", con superficies estimadas de 56,000 y 46,000 m<sup>2</sup> de GLA respectivamente. Los desarrolladores con mayor presencia fueron Acosta Verde, con tres nuevas "Plaza Sendero", que suman aproximadamente 110,000 m<sup>2</sup> de GLA, y Liverpool con dos nuevas "Galerías", que suman unos 102,000 m<sup>2</sup> de GLA (Tabla 3).

El desarrollo de nuevos centros comerciales se está dando en diversas regiones del país, aunque la Zona Centro sigue siendo la de mayor actividad con el 43% de las aperturas y 51% de la nueva superficie comercial, y nuevos desarrollos en la Ciudad de México,

Tabla 1 DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES 2000 - 2015

Año	Centros Comerciales		Area Rentable Total	
2005	354	incremento	8,158,423 m <sup>2</sup>	incremento
2006	416	62	9,297,613 m <sup>2</sup>	1,139,190 m <sup>2</sup>
2007	452	36	10,423,922 m <sup>2</sup>	1,126,309 m <sup>2</sup>
2008	500	48	11,851,356 m <sup>2</sup>	1,427,434 m <sup>2</sup>
2009	534	34	12,927,338 m <sup>2</sup>	1,075,982 m <sup>2</sup>
2010	570	36	13,916,017 m <sup>2</sup>	988,679 m <sup>2</sup>
2011	585	15	14,348,109 m <sup>2</sup>	432,092 m <sup>2</sup>
2012	620	35	15,371,278 m <sup>2</sup>	1,023,169 m <sup>2</sup>
2013	646	26	16,253,110 m <sup>2</sup>	881,832 m <sup>2</sup>
2014	669	23	16,880,158 m <sup>2</sup>	627,048 m <sup>2</sup>
2015 est.	707	38	17,928,530 m <sup>2</sup>	1,048,372 m <sup>2</sup>

Puebla, Cuernavaca, Toluca, Santiago Tlaxianguistenco y Tlaxcala.

La Región Sur del país inauguró 6 nuevos centros comerciales, mientras que la Región Norte del país se reactivó el sector al inaugurar 4 nuevas plazas (3 en Monterrey), después de un 2013 sin aperturas. Por su parte, la zona del Bajío y Occidente del país fue poco activa en 2014, con apenas 3 nuevas aperturas, después de un 2013 muy fuerte, cuando abrieron 10 nuevas plazas.

La ciudad con mayor crecimiento en cuanto a superficie comercial fue Ciudad del Carmen, al pasar de 54,000 m<sup>2</sup> en 2013, a 87,000 m<sup>2</sup> de GLA en 2014, crecimiento equivalente al 61%. Otras ciudades con altas tasas de crecimiento fueron; Oaxaca (37%), Cuernavaca (32%), Coahuila (28%), Puebla (24%), Mazatlán (23%) y Tlaxcala (21%). Con excepción de Puebla, el crecimiento de cada una de las ciudades mencionadas es debido a un solo centro comercial, por lo tanto en los próximos años será difícil verlas de nuevo como las poblaciones de mayor crecimiento comercial.

En promedio, las ciudades pequeñas (poblaciones entre 100,000 y 400,000 habitantes) registraron un incremento del 7.8% de GLA en los centros comerciales. Las poblaciones medianas y grandes mostraron un

incremento del 3.8 y 3.5% respectivamente.

En la tabla 5, observamos el análisis comparativo de 2014 entre la población de las principales ciudades del país, el ingreso familiar promedio y la superficie rentable total (GLA), con lo cual obtenemos un índice de desarrollo que se compara con el promedio de cada grupo de ciudades (según tamaño), con lo que se obtienen o pierden puntos dependiendo del GLA por habitante (más GLA son menos puntos) y el ingreso familiar total que existe en la ciudad por GLA (más ingreso son más puntos). Este índice nos genera un panorama en el que podemos observar cuáles son las ciudades que, comparativamente con sus similares, podrían contar con mayor potencial inmobiliario para el desarrollo de nuevos centros comerciales.

Es importante aclarar que el Índice de Desarrollo no es definitivo en la determinación de la capacidad de desarrollo de una Ciudad o zona particular de ellas, ni considera la población flotante que se genera en las zonas turísticas y fronterizas del país, y que sólo considera los centros comerciales en operación o construcción, y no los que están en fase de proyecto.

Otros indicadores importantes que permiten conocer la situación del país en el sector de los centros comerciales son los niveles

Tabla 2 DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES Y POBLACIÓN

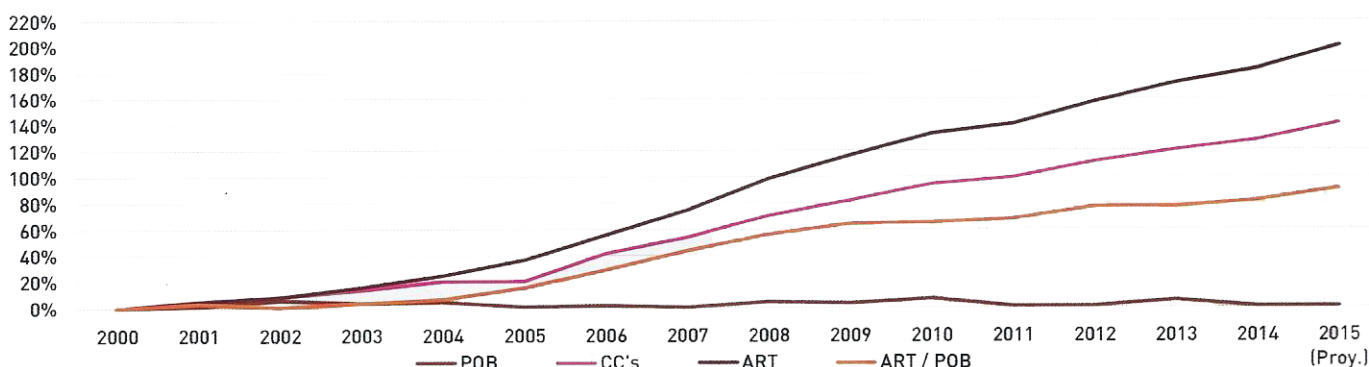




Tabla 3 CENTROS COMERCIALES - APERTURAS 2014

ZONA METRO	CENTRO COMERCIAL	TIPO	DESARROLLADOR	ANCLAS	GLA
ZM del Valle de México	Parque Central Toreo	RM	Grupo Danhos	Chedraui Selecto, Cinépolis 15	77,859 m <sup>2</sup>
ZM de Puebla-Tlaxcala	Galerías Serdán	RM	Liverpool	Liverpool, Cines	56,200 m <sup>2</sup>
ZM de Toluca	Galerías Toluca	RM	Liverpool	Liverpool, Cinépolis 9 + 3 VIP	46,200 m <sup>2</sup>
ZM de Puebla-Tlaxcala	C.C. Sonata	NC	ND	Cinemex y Sports World (Proyectados)	45,744 m <sup>2</sup>
ZM de Veracruz	Andamar	RM	Grupo SM	Palacio de Hierro, Cines	39,886 m <sup>2</sup>
Mazatlán	Plaza Sendero	CC	Acosta Verde	Soriana, Cinépolis 12, Coppel, Famsa	36,913 m <sup>2</sup>
ZM de Coahuila	Plaza Sendero	CC	Acosta Verde	Soriana, Cinépolis	36,676 m <sup>2</sup>
ZM de Monterrey	Plaza Sendero La Fe	CC	Acosta Verde	Soriana, Cinépolis	35,874 m <sup>2</sup>
ZM de Monterrey	Nuevo Sur	RM	MIRA	Superama, Cinépolis 11 + 4 VIP, Best Buy, Sanborns, Sport City	34,500 m <sup>2</sup>
Cd. Del Carmen	Zentralia Ciudad del Carmen	RM	Grupo Jomer	Liverpool, Cinépolis 7 + 3 VIP, Home Depot	33,088 m <sup>2</sup>
ZM de Oaxaca	Macroplaza Oaxaca	CC	Planigrupo	Walmart, Cinemex, Suburbia	26,250 m <sup>2</sup>
ZM de Cuernavaca	Plaza Cuernavaca AMPLIACIÓN	CC	BDI	Cinemex	22,000 m <sup>2</sup>
ZM de Cuernavaca	Plaza Cedros	CC	Banca Mifel	Soriana, Cinépolis	19,000 m <sup>2</sup>
ZM del Valle de México	Garden Santa Fe	NC	Copri	Sanborns, Sports World	16,000 m <sup>2</sup>
ZM de Monterrey	Plaza Nativa (Destino M)	NC	GENTOR	Super Soriana	15,239 m <sup>2</sup>
ZM de Tianguistenco	Plaza Mia Santiago	CC	Plaza Mia	Soriana, Cinépolis	14,081 m <sup>2</sup>
ZM de Tlaxcala-Apizaco	Plaza Apizaco	CC	Promodesa	Chedraui, Cinépolis	13,600 m <sup>2</sup>
ZM de Morelia	Plaza El Prado	NC	Link	Soriana Mercado, Cinépolis (Mi Cine)	13,500 m <sup>2</sup>
ZM de Cancún - Riviera Maya	Mi Plaza Héroes	CC	Grupo Loma	Soriana	12,506 m <sup>2</sup>
ZM de San Francisco del Rincón	Paseo San Francisco	CC	Link / Nemesis	Soriana, Cinépolis	11,932 m <sup>2</sup>
ZM del Valle de México	Andador Interlomas	NC	Grupo PES	Fresko, Sportika	8,500 m <sup>2</sup>
ZM de Cancún - Riviera Maya	Plaza Kukulcán (Amp.)	NC	FREL	Soriana Super	6,500 m <sup>2</sup>
ZM de León	Factory Outlets (2a. Fase)	RM	ND	ND	5,000 m <sup>2</sup>

Tabla 4

CENTROS COMERCIALES CRECIMIENTO 2013 - 2014				
CC'S POR CATEGORÍA				
AÑO	2013	2014	INC.	TC
Super Regional	11	11	-	0.0%
Regional	88	94	6	6.8%
Comunitario	425	436	11	2.6%
De Vecindario	122	128	6	4.9%

CC'S POR TIPO				
AÑO	2013	2014	INC.	TC
De Moda	90	95	5	5.6%
Outlet	7	8	1	14.3%
Entretenimiento	72	76	4	5.6%
Autoservicio	441	454	13	2.9%
Power Center	36	36	-	0.0%

de ocupación y precios de renta promedio de los espacios (Tablas 6 y 7).

Mediante muestreos continuos realizados por MAC durante los últimos 8 años, hemos encontrado que las grandes ciudades cuentan con la renta más alta, superando los 400 pesos por metro cuadrado, en tanto que la ocupación alcanza el 92% de las puertas. En las ciudades medianas se mantiene una ocupación del 91%, mayor a la de las poblaciones pequeñas, sin embargo estas últimas tienen precios de renta mayores (\$339 vs \$308 mn/m<sup>2</sup>).

Realizando este mismo análisis por categorías, observamos que los centros comerciales Súper Regionales cuentan con las rentas más elevadas, con 860 pesos por metro cuadrado promedio, con un nivel de ocupación del 95%.

Los centros de vecindario son los que registran los niveles de ocupación y de renta más bajos.

Por tipología, los Fashion Mall o Centros Comerciales de Moda cuentan con rentas promedio más altas, cercanas a los 640 pesos por metro cuadrado. En el lado opuesto, los Outlets cuentan con las menores rentas, en

promedio de 220 pesos por metro cuadrado, lo que se debe a que los locales en estas plazas son de mayor tamaño y normalmente pagan un porcentaje de venta adicional.

Los Centros de Entretenimiento son los que registran mayores niveles de desocupación, aunque las rentas son mayores al promedio, cercanas a los 420 pesos por metro cuadrado.

La zona norte del país es la que tiene más desocupación y rentas más bajas, mientras que la zona centro cuenta con precios de renta más elevados, debido principalmente a que la Ciudad de México promedia una renta de 530 pesos por metro cuadrado, afectando el promedio a la alza.

Siguiendo la tendencia de los últimos años, entre 2013 y 2014 pudimos observar la llegada a nuestro país de nuevas firmas internacionales y la creación de nuevas franquicias con un interesante potencial de expansión (Tabla 8). Estas suman cerca de 40 nuevas marcas, el mismo número observado entre 2011 y 2012.

Para el 2015 se sabe que 9 marcas internacionales tienen la intención de arribar al mercado mexicano, entre las que se mencionan están; Abercrombie & Fitch, Hollister, Top Shop, Old Navy y Le Coq Sportif.

Lo anterior significa que podemos esperar que la aparición de nuevas marcas continúe en éste y los siguientes años, por lo que la diversificación generará nuevas opciones para el mercado, lo que, como ya se ha visto en los últimos años, fomentará el desarrollo de nuevos complejos comerciales que den cabida a esta nueva oferta.

Para 2015 se vislumbra un sector inmobiliario comercial en crecimiento y recuperación, con mejores expectativas en cuanto al número de aperturas e inicios de construcción de nuevos proyectos. Los 38 nuevos centros comerciales que se encuentran en construcción y que podrían cerrar el año operando sumarían a la oferta alrededor de un millón de metros cuadrados de GLA, lo que significaría un crecimiento del 6.3% respecto a 2014, con lo cual se estarían equi-

parando los registros de crecimiento de los años anteriores a las crisis económica e inmobiliaria.

- 1 Para fines de este artículo, consideramos como Centros Comerciales aquellos anclados por alguna tienda de autoservicio, departamental y/o complejo de cines y que cuenten con 30 locales comerciales o más; o bien que por su tamaño y mezcla comercial cuenten con una zona de influencia Regional como sería el caso de los Power Center, Outlet Center y Entertainment Center.
- 2 Para fines de este artículo, consideramos como Centros Comerciales aquellos anclados por alguna tienda de autoservicio, departamental y/o complejo de cines y que cuenten con 30 locales comerciales o más; o bien que por su tamaño y mezcla comercial cuenten con una zona de influencia Regional como sería el caso de los Power Center, Outlet Center y Entertainment Center.
- 3 Siglas en Inglés para Gross Leasable Area (Área Rentable Total).

Historic growth in Mexico shows that during the last 10 years a yearly an average development of 1,000,000 m<sup>2</sup> and 38 new shopping centers nationwide have been registered (Chart 1 Development of shopping centers 2000-2015). However, from the real estate crisis of 2011 an important reduction in the development of new spaces has been observed, and it has not shown signs of recovery.

In spite of that, in 2014 we started to see many projects that had only been in the planning stage, materialize, with the opening of 23 new shopping centers<sup>2</sup>, many of which were only a project for some years. In short, these new developments make up 627,000 m<sup>2</sup> of GLA<sup>3</sup>; in other words, an increase of 3.9% was generated, with respect to the installed surface in 2013. This record was lower than 5.7% from 2012-2013, although an important upturn of the sector is expected this year. Therefore, by the end of 2014, the entire inventory in the 82 main cities in Mexico reached 669 shopping centers with 16.9 million square meters of GLA, to what we need to add some 4,900 small convenience shopping centers or Strip Centers that are esti-



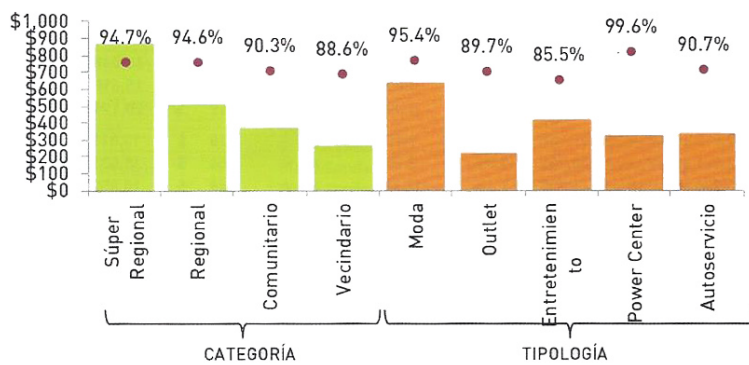
Tabla 5

ÍNDICE COMPARATIVO DE OFERTA COMERCIAL EN OPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE MEXICO

ZONA METRO	POB 2015	FAM 2015	INGRESO / FAM	GLA M2	TC GLA 13-14	TC GLA 14-15 PROY.	CC'S	ART/HAB	\$/ ART	ÍNDICE COMERCIAL más alto = mejor
82 CIUDADES DE MÉXICO	78,491,340	21,077,309	\$ 11,783	17,928,530	3.9%	6.2%	707	2.46	\$ 13,852	
> 800,000 habitantes	58,582,703	15,681,966	\$ 12,235	14,704,421	3.5%	7.7%	568	2.70	\$ 13,048	
> 400,000 a 800,000 habitantes	10,330,838	2,791,682	\$ 10,653	1,894,669	3.8%	0.0%	78	1.97	\$ 15,697	
< 400,000 habitantes	9,577,799	2,603,662	\$ 10,274	1,329,440	7.8%	0.0%	61	1.49	\$ 20,121	
ZM del Valle de México	21,339,781	5,729,455	\$ 12,513	5,509,137	2.1%	9.2%	196	2.78	\$ 13,013	0.10
ZM de Guadalajara	4,796,050	1,229,680	\$ 13,821	1,130,752	0.0%	2.2%	45	2.54	\$ 15,031	2.09
ZM de Monterrey	4,477,614	1,186,438	\$ 13,230	1,446,332	7.4%	16.4%	50	3.48	\$ 10,853	- 2.12
ZM de Puebla-Tlaxcala	2,954,767	763,581	\$ 9,845	557,231	23.7%	4.7%	24	2.03	\$ 13,490	0.75
ZM de Toluca	2,189,481	527,835	\$ 11,790	365,534	14.9%	2.8%	12	1.80	\$ 17,025	1.97
ZM de Tijuana	1,938,597	542,891	\$ 13,689	429,546	0.0%	0.0%	18	2.39	\$ 17,301	2.21
ZM de León	1,714,464	414,801	\$ 12,379	341,905	1.6%	10.6%	16	2.15	\$ 15,018	1.95
ZM de Juárez	1,423,166	377,705	\$ 9,034	406,285	0.0%	0.0%	15	3.07	\$ 8,398	- 1.78
ZM de La Laguna	1,313,161	352,613	\$ 9,212	105,457	0.0%	0.0%	4	0.86	\$ 30,802	2.68
ZM de Querétaro	1,213,537	325,073	\$ 15,416	542,567	0.0%	29.0%	20	4.81	\$ 9,236	- 2.49
ZM de SLP-Soledad de Graciano Sánchez	1,125,855	303,053	\$ 11,262	238,913	0.0%	6.2%	9	2.28	\$ 14,285	1.94
ZM de Cancún - Riviera Maya	1,099,081	323,773	\$ 13,675	549,531	3.6%	0.0%	26	5.38	\$ 8,507	- 1.61
ZM de Mérida	1,064,114	300,580	\$ 10,251	311,808	0.0%	0.0%	11	3.15	\$ 9,882	- 1.92
ZM de Mexicali	1,025,740	295,866	\$ 14,618	224,383	0.0%	14.0%	9	2.35	\$ 19,275	2.35
ZM de Aguascalientes	1,016,592	271,471	\$ 11,631	250,215	0.0%	25.8%	11	2.65	\$ 12,619	0.10
ZM de Cuernavaca	997,803	273,795	\$ 11,167	179,195	32.1%	6.1%	9	1.93	\$ 17,063	2.02
ZM de Chihuahua	949,606	271,246	\$ 12,698	165,608	0.0%	0.0%	8	1.88	\$ 20,797	2.29
Culiacán	938,715	248,290	\$ 12,160	184,665	0.0%	12.1%	9	2.12	\$ 16,350	2.04
ZM de Tampico	928,253	268,438	\$ 9,993	92,533	0.0%	0.0%	8	1.07	\$ 28,989	2.62
ZM de Acapulco	919,884	251,378	\$ 8,463	201,190	0.0%	0.0%	9	2.35	\$ 10,575	0.06
ZM de Saittillo	900,756	242,234	\$ 10,643	169,176	0.0%	7.2%	6	2.02	\$ 15,239	1.92
ZM de Morelia	887,593	236,436	\$ 11,530	220,865	6.5%	0.0%	7	2.68	\$ 12,343	- 0.95
Hermosillo	870,096	241,922	\$ 13,743	242,118	0.0%	14.3%	13	3.00	\$ 13,732	- 0.06
ZM de Veracruz	863,709	260,517	\$ 10,891	329,024	13.8%	0.0%	12	4.10	\$ 8,623	- 2.18
ZM de Villahermosa	824,599	229,943	\$ 12,924	322,919	0.0%	0.0%	12	4.22	\$ 9,203	- 2.27
ZM de Reynosa-Río Bravo	809,688	212,951	\$ 10,934	187,533	0.0%	0.0%	9	2.49	\$ 12,416	- 0.03
ZM de Tuxtla Gutiérrez	762,738	202,903	\$ 9,434	99,632	0.0%	0.0%	3	1.41	\$ 19,212	1.94
ZM de Xalapa	719,476	202,603	\$ 10,902	128,801	0.0%	0.0%	6	1.93	\$ 17,149	1.09
ZM de Oaxaca	654,870	174,744	\$ 10,735	96,616	37.3%	0.0%	4	1.59	\$ 19,416	2.04
ZM de Celaya	640,481	163,485	\$ 11,074	92,386	0.0%	0.0%	5	1.55	\$ 19,597	2.03
Durango	639,477	164,058	\$ 9,697	65,970	0.0%	0.0%	2	1.11	\$ 24,115	2.10
Irapuato	566,888	138,316	\$ 14,840	95,752	0.0%	0.0%	3	1.82	\$ 21,436	2.29
ZM de Pachuca	570,405	162,150	\$ 11,052	203,831	0.0%	0.0%	8	3.85	\$ 8,792	- 2.51
ZM de Tlaxcala- Apizaco	546,348	141,389	\$ 8,371	77,666	21.2%	0.0%	4	1.53	\$ 15,239	0.78
ZM de Poza Rica	538,412	144,691	\$ 10,609	77,015	0.0%	0.0%	3	1.54	\$ 19,932	2.05
ZM de Matamoros	524,951	145,146	\$ 9,626	97,548	0.0%	0.0%	5	2.00	\$ 14,322	- 0.91
Ensenada	519,813	149,078	\$ 12,074	59,710	0.0%	0.0%	4	1.24	\$ 30,145	2.55
ZM de Tepic	484,994	135,694	\$ 10,995	89,322	0.0%	0.0%	3	1.98	\$ 16,703	1.06
Mazatlán	479,349	138,313	\$ 10,788	199,554	22.7%	0.0%	7	4.48	\$ 7,477	- 2.75
ZM de Cuautla	474,092	128,702	\$ 8,731	61,802	0.0%	0.0%	2	1.40	\$ 18,182	1.87
Los Mochis	451,782	122,646	\$ 10,355	96,600	0.0%	0.0%	5	2.30	\$ 13,147	- 2.00
ZM de Orizaba	450,785	121,815	\$ 8,248	47,240	0.0%	0.0%	1	1.13	\$ 21,268	1.93
Cajeme	447,677	126,564	\$ 12,622	60,135	0.0%	0.0%	3	1.45	\$ 26,566	2.42
ZM de Puerto Vallarta	443,837	122,684	\$ 11,740	168,232	0.0%	0.0%	7	4.08	\$ 8,561	- 2.61
ZM de Nuevo Laredo	414,461	106,702	\$ 10,869	76,857	0.0%	0.0%	3	2.00	\$ 15,089	0.10
ZM de Minatitlán	378,003	108,290	\$ 10,091	12,982	0.0%	0.0%	1	0.37	\$ 84,177	4.43
ZM de Coatzacoalcos	370,556	110,048	\$ 10,793	165,872	28.4%	0.0%	5	4.82	\$ 7,161	- 3.58
ZM de Colima-Villa de Álvarez	370,645	108,843	\$ 11,209	98,395	0.0%	0.0%	4	2.86	\$ 12,400	- 2.53
Tapachula	356,039	96,059	\$ 10,464	54,900	0.0%	0.0%	2	1.66	\$ 18,308	- 2.02
Victoria	352,664	96,028	\$ 11,859	61,000	0.0%	0.0%	4	1.86	\$ 18,668	- 2.17
Uruapan	338,613	86,520	\$ 8,375	25,490	0.0%	0.0%	1	0.81	\$ 28,428	1.96
ZM de Monclova-Frontera	338,517	94,835	\$ 9,651	34,929	0.0%	0.0%	2	1.11	\$ 26,202	2.05
ZM de Zacatecas-Guadalupe	338,167	92,490	\$ 11,547	54,383	0.0%	0.0%	3	1.73	\$ 19,639	- 1.16
ZM de Córdoba	333,734	94,323	\$ 8,676	48,645	0.0%	0.0%	2	1.57	\$ 16,823	- 1.89
ZM de Tehuacán	318,797	81,134	\$ 7,488	33,800	0.0%	0.0%	1	1.14	\$ 17,974	- 0.13
Guasave	307,088	79,038	\$ 10,768	11,220	0.0%	0.0%	1	0.39	\$ 75,854	4.03
ZM de Tula - Tepejí	307,672	82,384	\$ 10,000	14,657	0.0%	0.0%	1	0.51	\$ 56,209	3.14
Los Cabos	305,980	86,687	\$ 17,255	141,539	0.0%	0.0%	6	4.98	\$ 10,568	- 3.86
La Paz	290,288	84,303	\$ 12,799	131,655	0.0%	0.0%	5	4.88	\$ 8,196	- 3.67
Campeche	286,464	82,594	\$ 9,434	46,025	0.0%	0.0%	3	1.73	\$ 16,929	- 2.00
Salamanca	276,198	71,740	\$ 11,560	13,380	0.0%	0.0%	1	0.52	\$ 61,984	3.43
San Juan del Río	266,119	72,117	\$ 10,390	71,727	0.0%	0.0%	3	2.90	\$ 10,446	- 2.46
ZM de Zamora-Jacona	262,047	70,047	\$ 8,608	17,200	0.0%	0.0%	1	0.71	\$ 35,055	2.22
Chilpancingo	263,115	65,521	\$ 9,326	14,290	0.0%	0.0%	1	0.58	\$ 42,759	2.52
ZM de La Piedad-Pénjamo	261,697	67,848	\$ 9,378	9,389	0.0%	0.0%	1	0.39	\$ 67,772	3.63
ZM de Tulancingo	261,888	69,235	\$ 8,080	23,170	0.0%	0.0%	1	0.95	\$ 24,143	1.84
Cd. Del Carmen	246,724	67,751	\$ 14,428	87,177	61.2%	0.0%	4	3.80	\$ 11,213	- 3.10
Nogales	245,001	65,149	\$ 11,011	17,208	0.0%	0.0%	1	0.76	\$ 41,687	2.58
Chetumal	240,019	79,270	\$ 10,349	39,860	0.0%	0.0%	1	1.79	\$ 20,581	- 1.20
ZM de Guaymas	222,839	62,258	\$ 10,403	31,834	0.0%	0.0%	2	1.54	\$ 20,345	0.10
ZM de San Francisco del Rincón	195,126	46,296	\$ 11,715	11,932	-	0.0%	1	0.66	\$ 45,453	2.70
ZM de Tianguistenco	179,517	40,760	\$ 9,745	14,081	-	0.0%	1	0.84	\$ 28,207	1.97
ZM de Tehuantepec	169,862	48,274	\$ 8,758	24,750	0.0%	0.0%	1	1.57	\$ 17,083	- 0.85
ZM de Moreleón-Uriangato	113,862	30,711	\$ 8,310	17,950	0.0%	0.0%	1	1.70	\$ 14,218	- 1.84



Tabla 6 RENTA Y OCUPACIÓN POR CATEGORÍA Y TIPO



mated to exist in the whole country. (Chart 2 Development of shopping centers and population).

The most important openings according to their sizes in 2014 were: "Parque Central Toreo", from Grupo Danhos, in Naucalpan, Estado de México, with a leasable surface of nearly 78,000 m2 of GLA, and two new shopping centers from Liverpool, "Galerías Serdán" in Puebla, and "Galerías Toluca", with two estimated surfaces of 56,000 and 46,000 m2 of GLA, respectively. The developers with greatest presence were Acosta Verde, with three new "Plaza Sendero", that amount approximately 110,000 m2 of GLA, and Liverpool with two new "Galerías", that total around 102,000 m2 of GLA (Chart 3 Shopping Centers –Openings 2014).

The development of new shopping centers is happening in different regions around the country, although the Central area remains as the most active one with 43% of the openings and 51% of the new commercial surface, and new developments in Mexico City, Puebla, Cuernavaca, Toluca, Santiago Tianguistenco, and Tlaxcala.

The South Region opened 6 new shopping centers, while the Country's North Region re-activated the sector with the opening of 4 new

plazas (3 in Monterrey), after 2013, when no openings were observed. In turn, the Bajío and Western areas were rather inactive in 2014, with barely 3 new openings, after a very strong 2013, when 10 new malls were opened.

The city with the highest growth regarding commercial surface was Ciudad del Carmen increasing from 54,000 m2 in 2013, to 87,000 m2 of GLA in 2014, which equals 61%. Other cities with high growth rates were: Oaxaca (37%), Cuernavaca (32%), Coatzacoalcos (28%), Puebla (24%), Mazatlán (23%) and Tlaxcala (21%). Excepting Puebla, the growth of each one of the abovementioned cities refers to only one shopping center, and thus, it will be difficult to see them again as the highest commercial growing cities in the years to follow.

In average, small cities (populations of approximately 100,000 and 400,000 inhabitants) registered an increase of 7.8% of GLA in shopping centers. Medium and large cities showed an increase of 3.8% and 3.5, respectively.

On chart 5 Comparative index of commercial supply, both in operation and under construction, we observe a comparative analysis from 2014 between the populations of the country's main cities, average family income,

Tabla 7 OCUPACIÓN Y RENTA

CIUDADES	% DE OCC.	RENTA (mn/m²)
Grandes	92.2%	\$406
Medianas	91.1%	\$308
Pequeñas	87.1%	\$339
REGIÓN	% DE OCC.	RENTA (mn/m²)
Bajío-Occidente	92.0%	\$319
Centro	92.4%	\$494
Norte	89.9%	\$309
Sur	93.1%	\$359
<b>TOTAL CIUDADES</b>	<b>91.7%</b>	<b>\$391</b>

and gross leasable area GLA), from which we can obtain a development index that compares with the average of each city group (per size), hence, points are obtained or lost depending on the GLA per inhabitant (more GLA corresponds to more points). This index creates an outlook where we can see which cities, compared to their equivalent, could have greater real estate potential for the development of new shopping centers.

It is important to point out that the index of Development is not definite for determining the development capacity of a City or any particular area in them, nor

does it consider the transient population generated in touristic and border areas, and that it only includes those operating and under construction shopping centers but not the ones in the project stage.

Other important indicators that allow us to know the country's situation in the shopping center sector are occupancy levels and average lease prices 4 of spaces (Charts 6 and 7 Lease and Occupation by category and type, Occupation and Lease).

Through continuous sampling practices performed by MAC over the last 8 years, we have found that great cities have the highest lease prices, exceeding 400 pesos per square meter, whereas occupancy reaches 92%. In medium size cities, occupancy remains in 91%, higher than that of small cities, however the latter have higher leasing prices (\$339 VS \$308 pesos/m²).

In this same analysis performed by categories we can see that Super Regional malls have higher lease prices, with 860 pesos per average square meter, with an occupancy level of 95%.

Neighborhood shopping centers register the lowest occupancy and lease levels.

By their types, Fashion Malls have the highest lease prices of all, close to 640 pesos per square meter. On the other hand, Outlets have lower rents, an average of 220 pesos per square meter, due to the fact that premises in these malls are bigger and normally pay an additional percentage over sales.

Entertainment Centers register the lowest occupancy levels, although rents are higher than average, close to 420 pesos per square meter.

Tabla 8 NUEVAS MARCAS COMERCIALES EN MÉXICO

Marca	Giro	Marca	Giro
Bimba y Lola	Moda	The Capital Grille	Alimentos
Turin	Alimentos	Crate & Barrel	Hogar
Dodo	Joyas y Relojes	Ugg	Moda
Theory	Moda	Buffalo Wild Wings	Alimentos
Tory Burch	Moda	El Ganso	Moda
Cellairis	Telefonía	Scalpers	Moda
Juan Valdez Café	Alimentos	Hills of Kerrisdale	Moda
Just 4 Run	Deportes	John Varvatos	Moda
Petco	Mascotas	Timberland	Moda
Quiznoz	Alimentos	Cheesecake Factory	Alimentos
Scotch & Soda	Moda	Prada	Moda
Victoria Secret	Moda	Bally	Moda
Banana Republic	Moda	Chico's	Moda
Lacoste Live	Moda	Poete	Moda
American Eagle	Moda	CHAPS	Moda
SuperDry	Moda	Vilebrequin (Tienda)	Moda
Olive Garden	Alimentos	Cole Haan	Moda
Red Lobster	Alimentos	Emoi	Hogar
Burger Bar	Alimentos	Desigual	Moda



The Northern region of the country has the lowest occupancy and rent levels, whilst the Central area has higher rent prices, mainly due to the fact that Mexico City has an average rent price of 530 pesos per square meter, resulting in an average increase.

Following the last years' trend, 2013 and 2014, we were able to witness the arrival of new international firms and the creation of new franchises with an interesting expansion potential (Chart 8 New Retail brands in Mexico). These amount almost 40 new brands, the same number registered between 2011 and 2012.

For 2015, it is known that 9 international brands will have the intention of arriving the Mexican market, and among them, are: Abercrombie & Fitch, Hollister, Top Shop, Old Navy and Le Coq Sportif.

What has been previously mentioned means that we can expect that the arrival of new brands could continue both this year and the following, and therefore this diversity will generate new market options, which, as seen in the previous years, will boost the development of new commercial complexes to give room to this new supply.

The outlook for 2015 is a growing and recovering commercial real estate sector, with better expectations regarding the amount of

## IN 2014, THE OPENING OF 23 SHOPPING CENTERS WAS ACHIEVED<sup>1</sup>. BY THE END OF THE YEAR, THE WHOLE INVENTORY REACHED 669 SHOPPING CENTERS IN MEXICO, WITH 16.9 MILLION SQUARE METERS OF GLA, PLUS NEAR 4,900 SMALL CONVENIENCE SHOPPING CENTERS OR STRIP CENTERS.

openings and of construction of new projects. The 38 new shopping centers under construction and that could be operating by the end of the year would add nearly one million square meters of GLA to the existing supply, which could represent 6.3% compared to 2014, and hence, growth records could be in the same level as the years prior to the economic and real estate crisis. ■

1 For this article's purposes, we have regarded as Shopping Centers those ones anchored by a self-service, department store and/or movie theater complex, and that have 30 commercial premises or more; or, because of

their size and tenant mix they have an area of Regional influence as would be the case of Power Centers, Outlet Centers, and Entertainment Centers.

2 For this article's purposes, we have regarded as Shopping Centers those ones anchored by a self-service, department store and/or movie theater complex, and that have 30 commercial premises or more; or, because of their size and tenant mix they have an area of Regional influence as would be the case of Power Centers, Outlet Centers, and Entertainment Centers.

3 Gross Leasable Area.

4 Asking Price per model commercial premise.



Discover the world of SKIDATA

Become our fan on Facebook.



### SKIDATA: Su socio para el éxito de los parqueaderos

Presente en más países de Latinoamérica que cualquier otro proveedor de soluciones de acceso y cobro en los estacionamientos: **Argentina, Brasil, Caribe, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay, Venezuela.**

tel +56 2 2218 0041 • info.chile@skidata.com • www.skidata.cl

**SKIDATA**<sup>®</sup>  
KUDELSKI GROUP