

CENTROS COMERCIALES PERSPECTIVAS MÉXICO 2014

TUVIMOS OPORTUNIDAD DE DIALOGAR CON EL EQUIPO DE ANÁLISIS DE **MAC ARQUITECTOS CONSULTORES** SOBRE LO QUE VISLUMBRAN PARA EL 2014 EN MATERIA DE CENTROS COMERCIALES PARA MÉXICO. PROYECCIONES SOBRE EL MERCADO, FORMATOS, LA LLEGADA DE NUEVOS JUGADORES, Y LAS CIUDADES MÁS ACTIVAS. ESTOS SON ALGUNOS DE LOS TEMAS TRATADOS EN ESTA CHARLA. TUVIMOS OPORTUNIDAD DE DIALOGAR CON EL EQUIPO DE ANÁLISIS DE **MAC ARQUITECTOS CONSULTORES** SOBRE LO QUE VISLUMBRAN PARA EL 2014 EN MATERIA DE CENTROS COMERCIALES PARA MÉXICO. PROYECCIONES SOBRE EL MERCADO, FORMATOS, LA LLEGADA DE NUEVOS JUGADORES, Y LAS CIUDADES MÁS ACTIVAS. ESTOS SON ALGUNOS DE LOS TEMAS TRATADOS EN ESTA CHARLA.

INMOBILIARE MAGAZINE (IM): ¿QUÉ HA PASADO ESTE AÑO EN EL SECTOR DE CENTROS COMERCIALES? POR EJEMPLO, MERCADOS ACTIVOS (CIUDADES), TIPO DE FORMATOS.

MAC: Como es de esperarse, el mercado con mayor actividad fue el de la Zona Metropolitana del Valle de México, seguido del Bajío, con nuevos centros comerciales en Celaya, Querétaro y San Francisco del Rincón; este último resalta, pues se trata de una ciudad pequeña con menos de 200 mil habitantes donde antes no se hacían centros comerciales, y en los últimos años empezamos a verlos desarrollarse. Sin embargo, durante todo 2013, apenas se registraron 15 nuevos centros comerciales en todo el país, resaltando que en la zona norte del país no se apertura ninguna nueva plaza (Ver gráfica A).

IM: ¿CUÁL ES EL TIPO DE FORMATO MÁS COMÚN?

MAC: Como ha sido desde hace ya algunos años, el tipo de centro comercial más común es el Comunitario, anclado por un Autoservicio y Cines, aunque entre estas aperturas destacan seis centros comerciales regionales: Zentralia Ciudad Del Carmen, Galerías Campeche, Galerías Celaya, Galerías Mazatlán, la Ampliación de Centro Santa Fe y Gran Terraza Oblatos, aunque respecto a estos dos últimos se trata de ampliaciones y remodelaciones de centros comerciales ya existentes (Ver gráfica 1).

IM: ¿QUÉ HA PASADO CON MÉXICO EN CUANTO A LA OFERTA COMERCIAL Y CÓMO COMPARARLO CON OTRAS NACIONES?

MAC: Es difícil comparar la oferta comercial entre países, pues la cultura, el comercio tradicional, el desarrollo urbano, social y económico generan diferencias muy importantes; por ejemplo, en México tenemos Mercados Públicos, Mercados sobre Ruedas, Tianguis, Pulgas, Bazares y una gran concentración de comercio minorista no profesionalizado en las zonas centrales de todas las ciudades, característica que no se repite en otras partes del mundo y que no se contabiliza como parte de la superficie de centros comerciales que típicamente se mide por organismos como el International Council Of Shopping Centers - ICSC. Si consideramos como centro comercial cualquier edificio con más de un local destinado al comercio, de acuerdo con INEGI, tenemos un total de 4,938 centros comerciales, los cuales suman una superficie rentable del orden de 175,000,000 de metros cuadrados, lo que arroja un índice de 1.6 m2 por habitante, casi la décima parte de lo que se encuentra en Estados Unidos que corresponde a 13.5 m2 por habitante o a los 12.4 de Canadá.

Sin embargo, es mucho mayor a la que se encuentra en Argentina o incluso Brasil, donde esta dotación alcanza apenas 0.4 y 0.6 m2 por habitante respectivamente (Ver tabla 2).

GRÁFICA 1. DISTRIBUCIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES POR CATEGORÍA

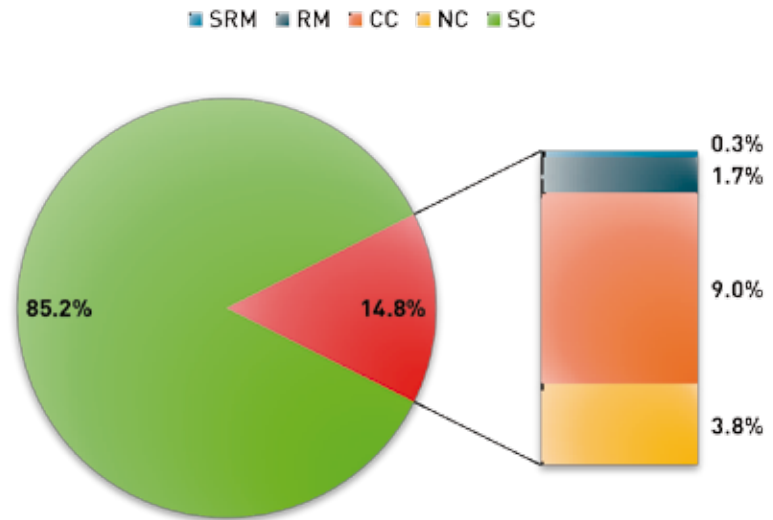


TABLA 1. COMPARATIVO INTERNACIONAL DE OFERTA COMERCIAL EN 2009

	MEXICO	ARGENTINA	BRAZIL	CANADA	EEUU
POBLACION	107,122,328	41,135,427	188,431,782	33,856,945	307,006,550
CENTROS COMERCIALES	441	86	390	1,550	13,853
AREA RENTABLE TOTAL (sqft)	149,618,210	158,420,422	97,951,490	417,016,683	4,228,954,310
ART PROM / CC	339,270	1,842,098	251,158	269,043	305,274
ART / HAB	1.4	3.9	0.52	12.3	13.8

Comparativo Internacional de Oferta Comercial en 2012

	MEXICO*	ARGENTINA	BRAZIL	CANADA	EEUU
POBLACION	112,491,827		192,376,496	35,002,447	315,655,265
CENTROS COMERCIALES	607	nd	457	1,552	13,995
AREA RENTABLE TOTAL (sqft)	167,405,392	nd	122,708,460	435,289,914	4,257,829,527
ART PROM / CC	275,791	nd	268,509	280,470	304,239
ART / HAB	1.5	nd	0.6	12.4	13.5
Tasa de Crecimiento Anual	2.1%	nd	7.1%	0.3%	-0.7%

Fuente: Fact Sheet, ICSC.

* Datos según Inventario de Centros Comerciales de MAC Arquitectos Consultores

IM: ¿QUÉ CRECIMIENTO PODRÍA TENER EL MERCADO ESTE 2013?

MAC: Estimamos que el crecimiento durante este año corresponde al 3.13% de la superficie rentable total de los 575 centros comerciales mayores a 10,000 m2 que existen en el país, esto significa un crecimiento casi de cuatro veces mayor que el crecimiento estimado para la población nacional que es del orden de 0.8% promedio anual. Aún con este crecimiento, tenemos registrados 19 proyectos en construcción y 12 en proyecto que podrían inaugurarse durante el 2014, lo que significaría un crecimiento del doble del registrado durante 2013.

IM: ¿CUÁLES SERÁN LAS TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DE NUEVOS CENTROS COMERCIALES EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

MAC: Durante la última década, el tipo de

centro comercial que más se desarrolló fue el Comunitario ; sin embargo, la falta de predios adecuados en ubicación, tamaño y precio, están determinando la tendencia de los nuevos desarrollos hacia proyectos más chicos, con formatos de tiendas más pequeños, con más de dos niveles y estacionamientos en sótano, no sólo en las grandes metrópolis como México, Guadalajara y Monterrey, sino en Ciudades Medianas como Puebla, Querétaro y Cancún, donde incluso se planean proyectos de uso mixto con importantes componentes comerciales. Por otra parte, como mencionamos, el desarrollo de centros comerciales en ciudades pequeñas, de menos de 200,000 habitantes, que antes difícilmente atraían un centro comercial, ahora se justifican con formatos de tiendas y cines más pequeños y con la participación de cadenas comerciales que requieren expandir su presencia, tal es el caso del Centro

Comercial que estamos desarrollando en Santiago Tianguistenco, Estado de México, el cual ha tenido muy buena aceptación por parte de importantes marcas nacionales.

IM: ¿TIENEN CONOCIMIENTO DE NUEVOS JUGADORES IMPORTANTES EN LA INDUSTRIA DEL RETAIL INTERESADOS EN VENIR A MÉXICO?

MAC: En los últimos dos años han llegado aproximadamente 40 nuevas marcas provenientes de otros países, principalmente de los Estados Unidos, enfocadas tanto a la venta de ropa como de maquillaje, muebles, restaurantes y centros de entretenimiento. Algunas de las más recientes fueron Banana Republic, Pet Co, H&M, Crate & Barrell y se esperan algunas otras importaciones durante 2014, aunque lo más importante será la expansión de las que ya llegaron, pues en muchos casos los proyectos nuevos de centros comerciales se planean para dar cabida a algunas de estas marcas.

IM: LOS FIBRAS LLEGAN AL SECTOR INMOBILIARIO Y LE DAN OTRO DINAMISMO, Y YA SE SABE DE LA SALIDA DANHOS Y SEGURAMENTE VENDRÁN OTRAS. ¿FRENTE A ESTA FIGURA, QUÉ CREES QUE PASARÁ CON EL SECTOR?

MAC: Hasta ahora, la mayor parte de la actividad de las Fibras se ha concentrado en la compra de activos existentes, aunque sin duda, el contar con un capital más económico significará un beneficio para el desarrollo de nuevos centros comerciales, tal como se muestra entre los casi 50 proyectos en desarrollo que tenemos registrados, y aunque si bien el potencial económico que significan estos fideicomisos pudiera poner en riesgo su estabilidad, se espera que la profesionalización de esos instrumentos de capital permitan un crecimiento moderado y cauteloso, respetando la demanda existente y no sobre ofertando los mercados.

IM: ¿CÓMO DEFINEN 2013 EN CUANTO A PROYECTOS LLEVADOS A CABO POR USTEDES Y CÓMO LO TERMINAN?

MAC: Para MAC Arquitectos Consultores, 2013 ha sido un buen año para nuestras tres áreas de especialidad, Arquitectura, Gerencia de Desarrollo, y particularmente el área de Planeación Inmobiliaria, donde obtuvimos contratos de proyectos que conocíamos desde hace tiempo y que estaban detenidos, esto indica que el sector inmobiliario ha tenido una mejoría y que la confianza de los inversionistas está plantada en los próximos años.

IM: ¿FINALMENTE, QUE VIENE PARA MAC EN 2014? HÁBLANOS UN POCO DE PROYECTOS Y PLANES.

MAC: Somos muy optimistas en el desarrollo de la industria inmobiliaria en los próximos años; sin embargo, eso no significa que nos confiemos, y por eso es que siempre estamos buscando esquemas que refuercen la especialización y calidad de nuestros servicios, fortaleciendo nuestro equipo, mejorando los sistemas y forma de trabajo, así como la promoción de la empresa, no sólo de México sino en toda Latinoamérica. ■

TABLA 2. DISTRIBUCIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES POR CATEGORÍA Y TAMAÑO

		MUY GRANDE > 80,000	GRANDE >40,000	MEDIANO >20,000	PEQUEÑO >10,000	MUY PEQUEÑO <10,000
SRM SUPER REGIONAL	15					
MODA	8	5	3	0	0	0
OUTLET	7	0	0	6	0	1
RM REGIONAL	85					
MODA	81	6	46	24	5	0
OUTLET	2	0	0	0	1	1
ESPECIALIDAD	2	0	1	0	1	0
CC DE COMUNIDAD	464					
ESPECIALIDAD	89	0	4	11	35	39
AUTOSERVICIO	342	1	35	141	154	11
POWER CENTER	33	0	0	11	17	5
NC DE VECINDARIO	197					
AUTOSERVICIO	182	0	0	2	63	117
ESPECIALIDAD	15	0	0	0	3	12
SC DE CONVENIENCIA	4389					
total	5150	12	89	195	279	4575
TOTAL	5150	0%	2%	4%	5%	89%
Moda	89	92%	55%	12%	2%	0%
Outlet	9	0%	0%	3%	0%	0%
Especialidad	106	0%	6%	6%	14%	1%
Autoservicio	524	8%	39%	73%	78%	3%
Power Center	33	0%	0%	6%	6%	0%
De Conveniencia	4389	0%	0%	0%	0%	96%

GRÁFICA 2. DISTRIBUCIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES POR TAMAÑO Y TIPO

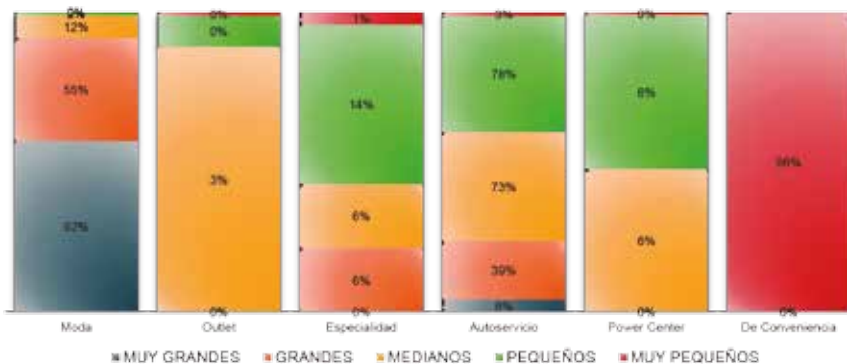


TABLA A. PROMEDIO DE UNIDADES ECONÓMICAS POR CONJUNTO COMERCIAL

Tipo de Conjunto Comercial	Número de Conjuntos Comerciales	Unidades Económicas	Promedio
Total Nacional	10,969	565,474	52
Mercados Públicos	4,156	304,173	73
Centros y Plazas Comerciales	4,174	148,473	36
Otros Conjuntos Comerciales	1,509	42,366	28
Complejos Industriales	728	33,762	46
Centrales de Abasto	81	28,409	351
Terminales de Transporte	326	8,291	25

FUENTE: INEGI. Censos Económicos 2009. Datos Referentes a 2008.