Modaes

Equipamiento

2016, el año del 'boom' de los centros comerciales en Latinoamérica

México continúa encabezando la lista como el país con mayor cantidad de complejos, con operadores locales como Gicsa, Frisa y Fibra Uno.

María Bertero
23 dic 2016 - 00:00



El *boom* de los centros comerciales sigue imparable en Latinoamérica. Este negocio que comenzó a tomar forma en la década del ochenta, se consolida año tras año en todos los países de la región. Desde México hasta Argentina, pasando por Panamá y Bolivia, Latinoamérica es uno de los territorios con mayor cantidad de centros comerciales del mundo.

El negocio de los centros comerciales nació en los años sesenta en Brasil con el primer *mall* de la región e incorporó a Bolivia en 2013. Latinoamérica cuenta hoy en día con más de 1.800 complejos y el número parece ir en aumento. Operadores como **Gicsa**, **Parque Arauco** y **Cencosud** planean la apertura de nuevos centros comerciales

https://www.modaes.com/equipamiento/2016-el-ano-del-boom-de-los-centros-comerciales-en-latinoamerica

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

en la región para los próximos años.

Según informaba el especialista en retail **Jorge Lizan** en una entrevista exclusiva a Modaes, "en Latinoamérica no hay saturación de mercado, sino grandes oportunidades de crecimiento, aunque no existen los niveles de inversión que tiene Oriente Medio, por ejemplo". El director y fundador de la consultora de servicios inmobiliarios **Lizan Retail Advisors** sostenía que "Latinoamérica cuenta con 17 metros cuadrados de centro comercial por 10.000 habitantes, mientras que en Estados Unidos la cifra es de 220 metros cuadrados. Para competir, Latinoamérica debería estar en los 32 metros".

Miyana, de Gigante Grupo Inmobiliario, se ha convertido en el complejo más grande de México con 522.000 metros cuadrados

En 2015, solamente en México se pusieron en marcha 25 centros comerciales nuevos. Este año, grupos como **Gicsa**, **México Retail Properties** y **Thor Urbana** realizaron inversiones millonarias para la construcción de nuevos complejos en el país. **City Park León** ya ha puesto en marcha con una inversión de 400 millones de dólares en la ciudad de León. **México Retail Properties** (**MRP**) está detrás del complejo, que abrirá sus puertas a mediados de 2019. **Thor Urbana**, otro gigante del sector, ha destinado 215 millones de dólares para abrir dos *macrocomplejos* en las ciudades de San Luis Potosí y en Torreón.

El pasado noviembre abrió sus puertas el centro comercial más grande de México. **Gigante Grupo Inmobiliario** invirtió 190 millones de dólares en la puesta en marcha del complejo **Miyana** en la capital del país, con una superficie comercial de 522.000 metros cuadrados. También en el penúltimo mes del año comenzó a operar **Forum Cuernavaca**, propiedad de **Grupo Gicsa**, con una inversión de 58 millones de dólares.

El negocio de los centros comerciales en Colombia ha generado ventas por 7,3 millones de dólares

Colombia fue otro de los mercados que este año recibió numerosas inversiones inmobiliarias. En el último tramo de 2016, abrieron **Viva Barranquilla**, **Parque La Colina**, **Antares**, **Unicentro Bogotá** y **Plaza Central**, la mayoría de ellos ubicados en la capital. La industria de los centros comerciales en el país ha presentado un

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

crecimiento del 16% y genera unas ventas por 21.900 millones de pesos colombianos (7,3 millones de dólares). Para los próximos dos años prevé la puesta en marcha de cincuenta más.

En Sudamérica, el negocio de centros comerciales tiene tres grandes operadores: **Cencosud**, **Parque Arauco** y **Falabella**. Entre las tres compañías chilenas suman un total de 56 centros comerciales, tanto en su mercado local como en Argentina, Perú y Colombia, principalmente.

La peruana **Real Plaza** es también otro gran operador en la región que este año amplió su cartera de centros comerciales. El grupo puso en marcha su complejo número veinte a principios de diciembre con la apertura de un centro comercial en Villa María del Triunfo, para el cual invirtió noventa millones de soles (25,9 millones de dólares).

Lima fue una de las ciudades favoritas este año para el desarrollo de nuevos complejos. La chilena **Mall Plaza** invirtió ochenta millones de dólares en la construcción de un centro comercial en la capital peruana. El grupo opera en el país con cuatro complejos y se encuentra finalizando las obras de **Mall Plaza Cayma**. Otro de los proyectos que se contemplan en la capital peruana es **Gamarra Moda Plaza**. El centro comercial, cuya apertura está prevista para finales de 2017, contará con 1.500 establecimientos, un supermercado, tiendas por departamento y bancos, distribuidos en 90.000 metros cuadrados. Las inversiones en los nuevos complejos alcanzarán los 2.836 millones de soles (830,6 millones de dólares). Algunas de las próximas aperturas se realizarán de la mano de **Falabella**, que pondrá en marcha dos centros comerciales en Huancayo y Arequipa.

En Centroamérica también se pusieron en marcha nuevos centros comerciales. **Grupo Onyx** destinó seis millones de dólares para la construcción de **Plaza Madero**, que abrió sus puertas a finales de noviembre en Guatemala.

Invertir millones para sumar metros cuadrados

En el último año muchos centros comerciales que ya estaban en funcionamiento en Latinoamérica han ampliado su superficie comercial. El histórico complejo mexicano **Mundo E**, propiedad de **Grupo Frisa**, pasó de tener 58.400 metros cuadrados a 128.700 metros cuadrados de superficie comercial. El grupo invirtió diez millones de dólares en su ampliación.

El complejo **Megacenter Kennedy**, propiedad de **Falabella**, realizará obras de mejora y modernización de sus cinco plantas con una inversión de 55 millones de dólares. El centro comercial, ubicado en Santiago de Chile, completará su ampliación entre

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

finales de 2018 y el primer trimestre de 2019.

El centro comercial paraguayo **Shopping del Sol** también sumó más metros cuadrados este año, con una inversión de cuarenta millones de dólares. El complejo ubicado en Asunción pasó a tener 21.000 metros cuadrados. Recientemente, **Shopping Mariscal,** ubicado también en Asunción, terminó una remodelación por un valor de 40 millones de dólares. Igualmente el sector se ha reforzado con la conformación de la Cámara de Centros Comerciales Paraguaya, que vela por los intereses de la industria en el país.

El centro comercial colombiano **Diverplaza** también sumó más metros cuadrados a su superficie. Tras cinco años de obras, el complejo ubicado en el sector de Álamos de Bogotá terminó su ampliación con un total 50.000 metros cuadrados y una inversión de 96 millones de dólares, mientras que el *mall* argentino **Shopping Nordelta** invirtió 17 millones de dólares en su ampliación en Buenos Aires.

https://www.modaes.com/equipamiento/2016-el-ano-del-boom-de-los-centros-comerciales-en-latinoamerica

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.