



Del Soho porteño al distrito de lujo en Santiago: los malls más rentables de América Latina

BLOOMBERG

■ El ranking elaborado por la asesora colombiana Mall & Retail, evidenció que Colombia es el país con los centros comerciales más potentes con cuatro en el listado.

POR DAYANNE GONZÁLEZ

La asesora colombiana de centros comerciales Mall & Retail, elaboró un ranking de ventas mensuales por metro cuadrado (m2) en la región, uno de los indicadores más importantes para medir la productividad de los locatarios. Ese dato, según la firma, además de comparar el desempeño entre marcas y categorías, permite también evaluar la eficiencia en el uso del espacio arrendado.

El listado -que dejó fuera a Brasil debido a que es un mercado de escala y consumo distinto al resto- evidenció que Colombia es el país que tiene los centros comerciales más potentes de la región con cuatro activos en el ranking, seguido de Perú y Chile, ambos con dos; y luego Argentina con uno.

El top tres

Encabezando la lista se encuentra Alto Palermo en Buenos Aires, con ventas estimadas en US\$ 875 por m2. El centro comercial se encuentra en Palermo Soho, uno de los barrios con ingreso per cápita más alto de la capital, y se caracteriza

por ofrecer cosmética de lujo, pero accesible; moda internacional y un patio gastronómico.

Le sigue Parque Arauco Kennedy en Santiago, con US\$ 864 por m2. Destaca por su ubicación en el sector oriente de la capital chilena, una alta concentración de locales con más de 70 marcas de lujo y su oferta gastronómica al aire libre. Según cifras del operador, recibe

alrededor de 25 millones de visitantes anualmente.

El tercer lugar lo ocupa otro centro comercial chileno: Mallplaza Trébol, ubicado en Concepción, con US\$ 664 por metro cuadrado, apalancado por su tamaño, una variada oferta de tiendas ancla y una infraestructura que incluye cines y espacios de experiencia.

Colombia y Perú

Colombia, por su parte, concentra cuatro de los centros más rentables. El Centro Comercial Andino en Bogotá (US\$ 418 por m2, cuarto lugar) se ubica en plena zona rosa de la capital y concentra una oferta de lujo que incluye tiendas como Louis Vuitton, Cartier y Tiffany. Su portafolio le permite a los arrendatarios soportar rentas cercanas al 15% de las ventas sin sacrificar márgenes.

Por el lado de Perú, destaca el centro comercial Larcomar en Lima, recientemente cerrado por una clausura municipal, ocupando el sexto lugar con US\$ 381 por metro cuadrado. Construido en los acantilados de Miraflores, su éxito se debe al turismo y a los residentes de mayores ingresos. El mall, a diferencia de otros, no tiene supermercado, y se dirige principalmente a moda *boutique* y a la oferta gastronómica, que incluye 35 restaurantes con vista al mar.

US\$
875
 POR METRO CUADRADO VENDE
 ALTO PALERMO EN BUENOS
 AIRES, EL CUAL ENCABEZA EL
 LISTADO.