



# Grupo IFB se lanza con plan de inversiones por US\$ 50 millones para abrir siete strip centers nuevos a lo largo del país

■ Su gerente de Finanzas sostiene que estos centros comerciales se han convertido en un “activo refugio” dentro de la industria inmobiliaria y una pieza clave en la nueva era del comercio urbano.

POR MARTÍN BAEZA

Grupo IFB nació en 2007 como una empresa boutique especializada en inversiones inmobiliarias, que tiene como socios a Pablo Fleischmann y Nicolás Barros. Actualmente, cuenta con 49 activos y 250 mil metros

cuadrados (m2) bajo administración entre Chile y EEUU. Dentro de este portafolio, a través de su filial Más Center, opera más de 30 strip centers a lo largo del país, que incluyen unos 400 locales comerciales.

“Nuestro foco principal está en los centros comerciales vecinales, pero

también participamos en activos residenciales multifamily, oficinas, bodegas industriales y locales stand-alone”, explica el gerente de Administración y Finanzas, Carlos Mac-Lean.

En específico respecto a Más Center, el ejecutivo detalla que su presencia se extiende desde Copiapó hasta Osorno, pasando por ciudades como La Serena, Concón, Talca, Los Ángeles y Concepción, además de diversas comunas de la Región Metropolitana, entre ellas Las Condes, Lo Barnechea, Colina, Pirque, Peñalolén y Vitacura. Ahora, cuenta Mac-Lean, están delineando un nuevo plan de crecimiento, que contempla una inversión de aproximadamente US\$ 50 millones al 2028.

El foco principal de esta estrategia es el desarrollo de siete nuevos strip centers, en Buin, Pirque, Colina, Chicureo, Rancagua, La Serena y Santa Cruz. Con esto “proyectamos un crecimiento cercano al 30% en los próximos dos años”, adelanta el CFO.

“Nuestra estrategia combina capital propio, coinversión con inversionistas y financiamiento bancario, manteniendo una estructura financiera conservadora y enfocada en la generación de activos de renta de largo plazo. Más allá del volumen de inversión, nuestro foco está en desarrollar proyectos con fundamentos sólidos, ubicaciones estratégicas y contratos precolocados con operadores líderes del retail y servicios esenciales”, sostiene.

**“La ciudad de los 15 minutos”**

En el detalle, Mac-Lean señala que los centros comerciales se emplazarán en zonas con fuerte



Carlos Mac-Lean, gerente de Administración y Finanzas de Grupo IFB.

**Los desarrollos que está impulsando el Grupo IFB se emplazan en Buin, Pirque, Colina, Chicureo, Rancagua, La Serena y Santa Cruz. A través de su filial Más Center, la firma opera más de 30 strip centers en Chile, que totalizan unos 400 locales.**

crecimiento urbano y alta demanda por servicios de proximidad. Esto, plantea, “refuerza nuestra convicción de que el formato seguirá consolidándose como una pieza clave en la evolución del comercio urbano”.

La estrategia, profundiza, tiene tres pilares: desarrollar “activos de cercanía” orientados a cubrir necesidades esenciales de las comunidades; instalarse en ubicaciones con fuerte crecimiento habitacional y comercial; y precolocar arrendatarios ancla, principalmente supermercados y farmacias, con el fin de asegurar estabilidad y flujos previsibles desde el inicio.

En esa línea, las características comunes de los proyectos son una superficie comercial de entre 500 y 1.934 m<sup>2</sup> - en terrenos de entre 6.000 y 15.000 m<sup>2</sup> -, con supermercados ancla como Líder Express o Unimarc y farmacias como Cruz Verde, Salcobrand y Ahumada.

¿Qué análisis hay detrás de esta apuesta? Mac-Lean asegura que el mercado de los strip centers atrae “uno de sus momentos más sólidos y atractivos de los últimos años”.

“En un contexto en que otros activos inmobiliarios aún enfrentan desafíos, este formato se ha consolidado como un verdadero activo ‘refugio’, gracias a contratos en UF, flujos de ingresos estables, altos niveles de ocupación y una base de arrendatarios de primer nivel. Durante 2025, los strip centers lideraron el interés de los inversionistas por su favorable relación riesgo-retorno, impulsando tanto nuevos desarrollos como una creciente institucionalización del segmento”, dice el gerente.

El dinamismo, continúa su argumentación, viene de cambios estructurales en cómo se organiza el comercio y evolucionan los hábitos de consumo. La mirada de IFB es que los supermercados, farmacias y otros servicios esenciales están privilegiando ubicaciones más eficientes, “insertas directamente en los barrios”, a la vez que los consumidores valoran cada vez más la conveniencia.

La lógica, plantea, es la de “la ciudad de los 15 minutos”, prefiriendo resolver necesidades cotidianas sin hacer grandes desplazamientos hacia centros comerciales tradicionales.

Además, Mac-Lean suma el avance de la omnicanalidad, que ha transformado a los strip centers en puntos estratégicos para la logística de última milla, cumpliendo simultáneamente funciones de punto de venta, retiro de compras online y centro de distribución.

“Para definir nuestras oportunidades de expansión, analizamos rigurosamente variables como el crecimiento demográfico y habitacional, la densidad de población, los flujos vehiculares, la presencia de servicios complementarios, la oferta comercial existente y el potencial de valorización de largo plazo de cada ubicación”, asevera el ejecutivo.